



人本游戏

游戏让世界更美好

王世颖 著

GAMES MAKE THE WORLD BETTER

资深游戏制作人二十年经验总结，
全方位、立体化揭秘游戏和游戏产业



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

人本游戏

——游戏让世界更美好

王世颖 著

電子工業出版社·

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

《人本游戏——游戏让世界更美好》是一本游戏人文专著，它剥开游戏华美的外衣，撕下游戏妖媚的画皮，将游戏的本体裸裎在大家面前。它从人类起源的角度，从心理学的角度，从社会学的角度，从经济学的角度，从传播学的角度，从美学的角度……全方位、立体化地剖析了游戏和游戏产业，揭示了游戏为什么会有如此大的吸引力，游戏产业为什么会发展得这么快，既批判了游戏行业存在的一些问题，也弘扬了游戏的正能量：游戏对社会安定的正向作用、游戏对玩家心理发育的强化等。当然，也有最受关注的游戏为什么会让人沉迷，以及如何防止游戏沉迷。书中没有太多高深的理论，只是用一个一个简单有趣的例子深入浅出地去解释，去探讨，分析是什么、为什么、会怎样。它字字珠玑但又不失活泼俏皮，在带给你新知的同时，还能带给你轻松愉悦的笑容。

只要你玩过游戏，或者想了解游戏，你都可以在本书中收获知识和乐趣。读过之后，你将一秒钟变身游戏专家，你将成为内行中的内行，这个行业所有的技巧和门道在你眼中将无所遁形。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

人本游戏：游戏让世界更美好 / 王世颖著. —北京：电子工业出版社，2014.3
ISBN 978-7-121-22446-1

I. ①人… II. ①王… III. ①电子游戏 IV. ①G899

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 025030 号

责任编辑：董 英

印 刷：北京季峰印刷有限公司

装 订：北京季峰印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：17.75 字数：338 千字

印 次：2014 年 3 月第 1 次印刷

印 数：5000 册 定价：49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

序 1

收到王世颖的邀请给她的新作《人本游戏——游戏让世界更美好》写序时，我脑海里第一个闪过的念头就是这将会是一本非常有趣的书。作为从玩家起步、进入游戏行业的一员，我也经历过“这个游戏很好玩，但是为啥会好玩呢”这样懵懵懂懂的年轻时代，跨入游戏行业后经历了市场、运营、研发三种不同的岗位，如今从事的工作则与王世颖有着异曲同工之妙。游戏的制作并非像很多人想象的那么简单——策划、程序、美术的结合与堆积就可以产生一款游戏。事实上一款优秀的游戏，制作者必须在心理学、社会学、经济学、传播学、行为学、美学等多种理论之上，结合该游戏产品的特性、针对目标用户群体行为喜好，来进行设计与调整。而我现在从事的工作则是去分析这些游戏，抽丝剥茧地揭开设计者的意图，取其成功之处给予借鉴，取其失败之处给予警示。

时常，我潜伏在游戏玩家群里会看到这样的讨论：“这个游戏（这次的活动）太坑爹了！XX公司好黑！”但是抱怨归抱怨，群里的玩家们依然大把大把的人民币投下去，玩得不亦乐乎，数据帝、公会联合会议、技术贴层出不穷。玩家们看到的是怎样把游戏玩出彩、玩得爽，而转换到业内的角度来看，却是抓住了用户心理与行为所做出的合理设计。比如一款成功的 MMORPG 营造的是一个完整的虚拟世界——人际关系、社会群体、经济系统等，玩家在其中建立起千丝万缕的关系，使之黏着在游戏中不能自拔。游戏中一个系统、一个功能，往往牵涉到各种数据与知识。就拿“新手引导”这一个部分来说，如何让玩家在短短的几分钟内顺利上手并留在游戏中，就可以做出很多文章；网络游戏内一个成功的活动也不是拍脑袋而来的，促进销售、拉动新用户、老用户回流、提升在线时长等，在这些活动目的的背后是被精心计算过的方案。这一切都源自于被规划过的、有目的的设计。

想想我们小时候，大多数大人认为“游戏”是电子海洛因，是荒废学业、走上歪门邪道的罪魁祸首。现在随着一家家游戏公司上市、获得大笔融资，更多人认知到“游戏”是一个充满“钱途”的行业。而真正进入游戏制作中，你会发现“游戏”的魅力并非凭空而来，“好玩”两个字的背后，有着很多有趣的故事。相信在王世颖的这本《人本游戏——游戏让世界更美好》中，各位能找到不少答案。

中国最早的女性游戏撰稿人 雪鹰

序 2

说来惭愧，与王老师认识虽然有六七年了，但却只有短短的大半年的共事机会。

2006 年左右正是博客兴盛之时，我循着游戏的味儿慢慢就闲逛到了贝勒王的《暴血公司》系列博文。那时《魔兽世界》横空出世，业内均以暴雪马首是瞻，王老师的那一系列以国内山寨公司行事为切入点，以嘲讽技能为基调，以游戏制作为核心，嬉笑怒骂皆成博文，读得我大为叹服。一路刨根究底搜索进去，才知道这是担纲《仙剑 3》和《仙剑客栈》制作人的老前辈：亲手劈下过野猪，谈起猪跑的姿势自然轻松。

于是辗转通过博客为桥梁，联系到了王老师，约着回上海之前能得一见。最终在北京某个咖啡馆里，第一次见到王老师，聊了些关于 IT 和游戏的杂七杂八的领悟，记得是我谈 UED，王老师谈游戏里的设计。谈到拨云见日解惑时，我自然兴奋得挠腮抓耳。那次碰头之后不久，我回到上海继续做网站，而王老师在北京九城继续做游戏，但联系一直未断。

再之后的上海相会，则是王老师创业在张江，我所在的桌游公司也搬到了张江。我带着一身行业外的产品历程重回游戏圈，免不了各种请教。最终因缘际会，在 2012 年加入王老师所在公司打理产品，由是开始正式合作。

相较于我认识的诸多游戏行业的制作人而言，和王老师的合作大概是最轻松的：策划文档的规范，项目周期的精确，游戏开发流程的熟稔——在她“暴血”系列中谈过的各种山寨式开发，在她的项目里几不可能出现，且这不仅仅是我的认知，我们的主程事后再谈及此事也对此赞不绝口。除此之外，伊在行业内的丰富经验，令其对产品运作乃至后期推广也驾轻就熟，打理她制作的产品也格外顺手：你需要素材，便给你素材；你需要 idear，她便连你的 idear 的升级版建议一并给你。

在与王老师共事的那段时间里，也是我自己在做游戏的阶段成长最迅速的一段：SVN 里扒拉着读她的策划案，乃至片头视频脚本，从格式到内容都是干货满满。那个公司聚集了从业多年的一帮好手：技术精湛，行事果敢，态度专业，在手游大时代来临前起了个大早，却在赶集日到来的时候无奈落幕。这是 2013 年年初发生在身边的事，也是这个新的王者不断降临的时代里常见的沉浮。我个人的遗憾是在短短的共事期间，还未能学到更多这些业内的顶尖开发者们身上凝聚的宝贵经验，或许在很长一段时间里又将在黑暗里继续摸索。

在回到北京之后将息的档口，王老师开始写书，几个月时间写就的《仙剑前传》，用来给我们的新策划们作为世界观和剧情架设的范本。而这本《人本游戏——游戏让世界更美好》里，则是关于游戏制作的方方面面的思想火花，对我而言，这是我们的全新的团队急需的知识库。王老师从业于游戏行业十余年，这些从单机时代一路沉淀至今的经验之谈的金贵，正是多年前吸引我拜访王老师的缘由，也是一年前与之共事的我获益最多的部分。

资深互联网产品策划人 青熙（南牧羊）

前言

人本游戏，这个词有很多重含义：“人的本性是游戏”，“以人为本的游戏”，“人类本源的游戏”，“人生本来就是游戏”，“人类本来就爱游戏”，等等，这种多重含义刚好匹配本书的内容。很难简单用一句话形容这本书，这本书是关于游戏人文的、包罗万有的、混搭的游戏专著。

我从1997年进入游戏行业，到今年已经有17个年头了；从小学开始玩游戏，到现在也将近30年了；从2008年开始研究并在大学讲授游戏心理学，至今也有6年了。作为一个“资深玩家”+“资深从业人员”+“游戏理论研究者”，对游戏和游戏产业，自然看得比较透彻一些。

《人本游戏——游戏让世界更美好》就是这样一本书，剥开游戏华美的外衣，撕下游戏妖媚的画皮，将游戏的本体裸裎在大家面前。那些矫饰的弹窗，那些吹嘘的流水，那些浮华的软文，那些美艳的代言，都是游戏公司设下的障眼法，游戏的本质就躲在它们背后，偷笑着数钱。这本书更是一柄手术刀，割开游戏的肌肤，把游戏的肌肉、血管、神经、内脏……一一取出来，为大家分析，是什么、为什么、会怎样，看了这本书，游戏的一切神秘将不再神秘，一切秘密也将不再是秘密。

在部分家长眼中，游戏是洪水猛兽；在玩家眼中，游戏是让人无法自拔的娱乐方式；在主管部门眼中，游戏是新兴的文化产业支柱；在从业者眼中，游戏是很有前途的朝阳行业……《人本游戏——游戏让世界更美好》却要从另一些不太常见的角度去看游戏，从人类起源的角度，从心理学的角度，从社会学的角度，从经济学的角度，从传播学的角度，从美学的角度……全方位、立体化地去剖析游戏和游戏产业，去揭示游戏为什么会有如此大的吸引力，游戏产业为什么会发展得这么快，这么容易赚钱。

《人本游戏——游戏让世界更美好》不是关于游戏制作或游戏产业的专业书，它没有太多高深的理论，只是用一个个简单有趣的例子深入浅出地去解释，去探讨。本书也不是写给游戏从业人员或者资深玩家看的书，只要你玩过游戏，

或者想了解游戏，你都可以在本书中收获知识和乐趣。读过之后，你将一秒钟变身游戏专家，你将成为内行中的内行，这个行业所有的技巧和门道在你眼中将无所遁形。

在《人本游戏——游戏让世界更美好》中，既批判了游戏行业存在的一些问题，如色情擦边球泛滥、山寨成灾、侵权横行、变相赌博等，也弘扬了游戏的正能量，如游戏对社会安定的正向作用、游戏对玩家心理发育的强化等。当然，也有大家最关注的一点，那就是游戏为什么会让人沉迷，以及如何防止游戏沉迷。

当然，限于我自身水平和经验，本书也有很多不足的地方，其中提到的一些理论和方法，有些也只是我的一家之言，不一定是完全正确的。我只是抛了一块砖，还需要聪明的读者你自己的思考去判断，去领悟，修炼出自己的内丹来，这是你的玉，谁也带不走。

很多技术人文的书会让人感觉很枯燥，但是《人本游戏——游戏让世界更美好》不会。我写书，最推崇韦小宝的理论，“韦小宝听曲，第一要唱曲的年轻美貌，第二要唱的是风流小调，第三要唱得浪荡风骚。当日陈圆圆以倾国倾城之貌，再加连说带唱，一路解释，才令他听完一曲《圆圆曲》。”这本书可以说有倾国倾城之貌，又有字字珠玑的内涵，更是活泼俏皮的风流小调。

所以，请放心来读吧！它在带给你新知的同时，还能带给你轻松愉悦的笑容。

王世颖

目 录

第 1 章 游戏的前世今生	1
1.1 游戏是一头世纪怪兽	2
1.1.1 游戏：世界第三大国家	3
1.1.2 给游戏一个哲学的定义	4
1.1.3 游戏是人类最本源的发明	5
1.1.4 一句话告诉你什么是网络游戏	6
1.2 600 万岁的游戏	8
1.2.1 动物都会游戏，你不会吗	9
1.2.2 游戏已经写入了我们的基因	11
1.2.3 人生三要素：生存、繁衍、游戏	12
1.3 世间万事皆游戏	13
1.3.1 性是一种最本能的游戏	14
1.3.2 人性本恶的游戏	20
1.3.3 游戏无处不在	29
第 2 章 网络游戏是个虚拟社会	35
2.1 每个网络游戏都是一次投胎	36
2.1.1 人是社会性动物	36
2.1.2 新名字、新人生	38
2.1.3 融入虚拟社会的人群	38
2.2 虚拟社会是什么	45
2.2.1 虚拟社会四大特性	45
2.2.2 虚拟社会的社会关系	48
2.2.3 虚拟社会的表现形式	49
2.3 虚拟社会是玩家的第二生命	50

2.3.1	社会化障碍的网络游戏疗法	50
2.3.2	人们为什么喜爱虚拟社会	53
2.3.3	虚拟社会等于理想社会吗	54
2.3.4	虚拟社会的恐怖谷	56
第 3 章	游戏为什么让人无法自拔	59
3.1	无聊经济	60
3.2	网络游戏的三个代表	62
3.3	玩家为什么会留在一款游戏中	64
3.3.1	玩家要买什么	65
3.3.2	简单重复，但不厌倦	67
3.3.3	无尽的任务——最不耐烦的吸引力	68
3.3.4	冲突和协作	68
3.3.5	所有权依恋	75
3.3.6	群氓：脑残粉就是生产力	76
3.3.7	刷屏骂人与石崇斗富	78
3.3.8	奖励和惩罚	79
3.3.9	多巴胺——愉悦是一种化学现象	84
3.4	玩家为什么会离开一款游戏 VS 人们为什么会离开一个国家	85
3.4.1	不患寡而患不公	87
3.4.2	统治者放弃了人民	89
第 4 章	游戏，第九艺术	91
4.1	雾里看花世界观	92
4.1.1	玄之又玄世界观	92
4.1.2	寻根探源世界观	93
4.1.3	有容乃大世界观	94
4.1.4	是是非非世界观	95
4.2	游戏的中庸之美	97
4.3	角色，光影中的美好	99
4.3.1	第一眼的风情	100
4.3.2	名如其人	101
4.3.3	听其言	102
4.3.4	观其行	103

4.4	文化，东西方裂变	104
4.4.1	中庸之道和模糊理论	105
4.4.2	东北乱炖和佛跳墙	107
4.5	游戏的死亡美学	108
4.5.1	死亡的因果	110
4.5.2	死亡之美	112
4.6	你看，你看，游戏的脸	115
4.6.1	微笑的力量	115
4.6.2	心灵的窗户	116
4.6.3	第一眼的风情	117
4.7	梦中婚，网络游戏的婚姻系统	119
4.7.1	网络游戏婚姻满足了什么	119
4.7.2	假婚姻，真成本	120
4.7.3	在网络游戏中过家家	121
4.7.4	厂商也爱梦中婚	122
4.8	Gal game，爱，还记得吗	124
4.9	NPC，那些在游戏中永远等待的人们	125
4.10	梦幻如真，角色扮演游戏	128
4.11	Q 版的幼态情结	129
4.12	维度与视角	131
4.12.1	男女大不同	131
4.12.2	为什么会晕 3D	132
4.12.3	视角之殇	133
4.13	冷热媒介论游戏	134
4.13.1	麦克卢汉如是说	135
4.13.2	游戏媒介的清晰度	136
4.13.3	过热媒介的逆转	138
4.13.4	游戏媒介中蕴含的信息	139
4.14	且从电影看游戏	140
4.14.1	尽人事，听天命	141
4.14.2	欲练神功，引刀自宫	142
4.14.3	即使自宫，未必成功	143
4.14.4	我认真，我自豪	144

4.14.5	十年一剑，刹那芳华	145
4.14.6	你不是一个人	146
第5章	好游戏好在哪	147
5.1	节奏感，大作的标志	148
5.2	唯快不败	150
5.3	为小白服务	151
5.4	别让游戏玩人	152
5.4.1	语言凌虐系的 SM 女王	152
5.4.2	虐待动物的疯狂医生	153
5.4.3	天威难测的黑暗暴君	154
5.4.4	蛮不讲理的小恶魔	155
5.5	游戏性迷思	157
5.5.1	从人性说开去	157
5.5.2	盒子中的糖球	159
5.5.3	回归感性	161
5.6	好游戏的 N 个评判标准	162
5.6.1	叫好又叫座	162
5.6.2	灰姑娘的水晶鞋	162
5.6.3	评奖的含金量	163
5.6.4	让时间说话	164
5.6.5	和绘画艺术相比	165
5.6.6	专家的判断	165
5.6.7	集体的智慧	167
5.6.8	该死的统计学	167
5.7	游戏的终极形态：平衡的系统	168
5.7.1	有多少平衡的系统可以重来	169
5.7.2	系统如花序	170
5.7.3	优势策略的平衡	171
5.7.4	狐狸分饼	172
5.7.5	平衡的自由度	174
5.7.6	模糊理论	175
5.7.7	系统的花道	176
5.7.8	游泳池的水	177

5.7.9 一分为二，化解冲突·····	178
第6章 谁都可以做游戏·····	180
6.1 游戏的工序·····	181
6.1.1 做个什么样的游戏呢·····	181
6.1.2 好玩不好玩，策划来决定·····	182
6.1.3 能玩不能玩，程序起作用·····	182
6.1.4 好看不好看，美术说了算·····	183
6.1.5 其他小同伴们·····	183
6.1.6 谁来卖游戏·····	184
6.2 从美女穿衣看游戏投资·····	184
6.3 内行投资和外行投资·····	188
6.4 一款游戏怎样才算“完成”·····	189
6.5 开发和运营的寓言·····	191
6.6 我该怎样了解你，我的用户·····	192
6.7 人民需要枪稿，枪稿服务人民·····	195
6.8 玩家要的是“能玩”，制作人要的是“好玩”·····	197
6.9 游戏开发的陷阱·····	199
6.9.1 做自己喜欢的游戏·····	199
6.9.2 走失在创意的迷宫·····	200
6.9.3 不熟悉的题材在招手·····	202
6.9.4 想进所有的天堂，却下了所有的地狱·····	203
6.9.5 我有一个很好的想法·····	204
6.10 游戏策划的自我修养·····	205
6.10.1 玩游戏·····	205
6.10.2 智力·····	206
6.10.3 说人话·····	207
6.10.4 共情·····	208
6.10.5 多线程·····	209
6.10.6 搜商·····	210
6.10.7 视域·····	211
第7章 游戏是个大金矿·····	212
7.1 无本万利的虚拟商品·····	213

7.1.1	商品的心理附加价值	215
7.1.2	从卖时间到卖道具	216
7.1.3	文字：一秒钟变高帅富	218
7.1.4	看上去很美+看上去很贵	220
7.1.5	平民的奢侈品	222
7.2	免费！免费！还是免费！	223
7.3	游戏商城：乌托邦的垄断超市	224
7.4	体验经济：实体与虚拟的交界	226
7.5	赌博、抽奖、開箱子	227
7.6	交易成本最低	229
7.7	宅经济与干物女	230
7.8	上帝爱两头，放弃中间	233
7.9	吝啬者的游戏	234
第 8 章	游戏之危机	236
8.1	同质化之殇	236
8.1.1	网络游戏复印机	237
8.1.2	同质化是谁的菜	240
8.1.3	同质化的善与恶	243
8.1.4	如何打破同质化	244
8.2	谁来为创意买单	249
8.3	两种创意	250
第 9 章	游戏正能量	252
9.1	世界小时，我最先小；世界老时，我最后老	255
9.2	尽管妖魔，我自快乐	257
9.3	越落魄，越娱乐	258
9.4	假如明天网络游戏消失	260
9.5	网络游戏的和谐社会	262
9.6	关于魔兽的社会学观察笔记	264
9.7	严肃游戏	265
9.8	未来游戏	268
	后记	270

第 1 章

游戏的前世今生

在很久很久以前……（一个好故事通常都是这样开头的。）

我们的祖先打了一头大猎物，吃得酒足饭饱，看看天色尚早，哎呀！干点什么来消消食呢？有人捡起一块烧焦的木头，在石头上面乱写乱画，于是，绘画就出现了；有人扯着嗓子大喊大叫，于是，音乐就出现了；有人在火堆旁摇头晃脑，跳来蹦去，于是，舞蹈也出现了……

眨眼之间（进化论术语），一个和这本书的读者一样非常聪明的家伙出现了。他坐在电脑前，“这工作太无聊了，我需要休息一下。干点什么好呢？为什么不用电脑找点乐子呢？”于是，第一个电子游戏在这个聪明的家伙手下诞生了。

“这是个多么有趣的东西啊！”每一个看到它的人都这么说。

于是聪明人有了继续创作的动力，修修改改，让这个游戏逐渐变得更完整、更有趣。但是，这个游戏只在他的朋友当中流传。马上，另一个聪明的家伙出现了（英雄总是在最需要他的时候出现）。“哦！非常有趣的东西！你有没有想过和我开一家公司卖这个东西啊？”于是，第一家电子游戏公司诞生了。

开始的时候，两个人一个负责开发，另一个负责发行。但是产品销量出乎意料的好，两个人有些忙不过来了。于是公司扩大了，分工也更加细了，策划、美术和程序也出现了。看到这家公司很赚钱，更多的游戏公司也随之成立，竞争出现了。有的公司倒闭了，又有新的公司成立。科技水平在不断进步，玩家的口味也变得更加挑剔，这些都迫使游戏公司不断推陈出新，改进游戏的趣味性。于是，游戏产业出现了。

当然，这只是简化又简化的电子游戏发展史，整个游戏产业发展的历程没

有这么简单。

最初，计算机的诞生完全是为了军事用途，即使后来向民用用途发展，也只是单纯的计算功能，不是用来娱乐的机器。但是这一切挡不住人类贪玩的本性，最初的游戏就是通过“0”和“1”的代码在这样昂贵而笨重的“玩具”上开发出来的，也只是一小部分科技人员的“玩具”罢了。

随着电脑的民用化，游戏也走入了寻常百姓家，渐渐流传开来。商家从中嗅出了商机，开始了游戏市场化运作，从此走上了商业发展的道路。更多的观望者看到游戏业巨大的商业潜力，也纷纷加入到游戏开发的队伍中来，使游戏产业规模不断壮大，游戏业也因而进入了一个高速发展时代，直到今天。

但是，电子游戏的产生，和传统游戏是密不可分的，而传统游戏，又和人类漫长的进化史相关联。如果说电子游戏是今生，那么传统游戏就是前世，它们唯一的不同只是载体不同、表现不同，但其中蕴含的游戏性和娱乐性是相通的，带给人的情感是相通的。想要彻底了解游戏的今生，就要翻回头去，重新审视一下游戏的前世。

1.1 游戏是一头世纪怪兽

2013 年，中国游戏产业规模超过了 831.7 亿元人民币。

2013 年，全球游戏产业规模超过了 700 亿美元。

2013 年，中国电影产业规模只有 300 多亿元人民币。

中国游戏产业规模超过电影产业！

英国游戏产业规模超过电影产业！

……

在越来越多的国家，游戏这个新兴的文化产业，已经超越了电影这个老牌文化产业，跃居到文化产业的第一位！而且，这个增长的势头还在继续。

但是，电影走到今天，经历了漫长的一个多世纪，而游戏产业走到今天，只有短短四十年。

游戏是一头飞速成长的怪兽，不管你喜不喜欢它，它都来了，大了，时刻出现在你身边。每个现代人，都应该学会和游戏相处，这已经成为人类的生存技能之一。那么，现在就跟我去了解游戏吧！

游戏的诞生，是人类生理、心理的需要，也是历史的必然。世界上没有任何一个人不需要游戏，即使猴子和狗也一样。

1.1.1 游戏：世界第三大国家

所以我不做游戏，饿死也不做游戏。

——马云（2008 年）

（2012 年，淘宝网正式涉足网页游戏联运。2013 年年底传出消息，马云的下一步战略：大力发展游戏。）

我们不能说马云出尔反尔，我们只能说，游戏这个产业的发展速度，远远超出了绝大多数人的想象。

2013 年，中国游戏玩家数量达到 4.9 亿。

这个数字仅次于中国和印度的人口数，如果把中国玩家作为一个国家，那么这个国家的人口，可以在全球排第 3 位。这个数字和民国 17 年中国人口数差不多。

2013 年，全球游戏玩家数量超过 12 亿。

这个数字已经和印度的人口数持平。

这个数字相当于 1800 年至 1850 年时期的全球人口总数，那是工业革命如火如荼的时代。

GamesIndustry 最近的调查报告显示：在面对“是否玩游戏”这个问题时，84% 的中国被调查者选择了“是”，69% 的美国被调查者选择了“是”。不要惊讶，中国人爱玩、会玩，更重视文化的需求，一旦接受了一种文化娱乐方式，就会更持久、更狂热。

全球绝大部分国家的人们，在面对“是否玩游戏”这个问题时，回答“是”的比例都已经跨越了 50% 这个门槛。游戏已经成为主流的娱乐方式、主流的文化休闲方式。不玩游戏的人，已经成为这个时代的少数派和另类。这一切的转变，只经过了短短十几年的时间。

30 年前，任天堂红白机（早期著名的电视游戏机 Family Computer，简称 FC）刚刚出现的时候，人们还认为这只不过是一种新的儿童玩具。30 年后，游戏产业高速发展，使玩具产业望尘莫及。

17 年前，我刚进入游戏行业的时候，人们通常认为这是个没有前途的、玩物丧志甚至是毒害社会的行业。如今，游戏行业已经成了文化创意产业的龙头老大、互联网产业的土豪财神。游戏已经成为每个人桌案上、舟车上、枕厕上最亲密的伙伴。

1.1.2 给游戏一个哲学的定义

说了这么久游戏、游戏、游戏……但到底什么是游戏，我们必须给它一个明确的定义，才好继续往下展开。

首先，我们来翻翻字典。

英汉字典告诉我们，游戏是这样的：

游戏：

Play（动词）嬉戏；游乐；玩耍

Game（名词）娱乐活动

中文“游戏”这个词，高度概括了游戏这一人类活动的全部内涵。在某些语境下，它是动词，指从事游戏活动的这个行为，譬如“快去和小朋友一起游戏”；而在另一些语境下，它是名词，代表游戏活动或产品本身，譬如“这是一款手机游戏”。

在本书中，绝大多数场合下，游戏指的是后一种定义，也就是 Game。甚至，如果未加说明，指的是电子游戏。

同时，在中文中，“做游戏”这个词也有两层意思：一个是指从事游戏活动，也就是玩游戏，譬如“大家一起做游戏”；另一个则是指发明、开发游戏产品的行为，譬如“你是做什么工作的？我是做游戏的”。

辞海告诉我们说，游戏是这样的：

以直接获得快感为主要目的，且必须有主体参与互动的活动。

（关于游戏在这方面的特性，在后面的章节中会详细解说。）

我个人比较推荐的是荷兰学者约翰·赫伊津赫（Johan Huizinga）在《游戏的人》中给游戏下的定义：

游戏是一种自愿的活动或消遣，在特定的时空范围进行，遵循自愿接受但绝对具有约束力的规则。

这个定义看上去比较“狂霸炫酷拽”，但是比较拗口，我把它翻译如下。

游戏是一种人类行为，它需要满足两个条件：

1. 可以满足人类的心灵需求。（同时也可能满足肉体需求，但首先必须满足心灵需求。）

2. 无关生存和繁衍的。（生存和繁衍不是游戏，而是延续人类种族存续必需的活动。）

结合起来就是，凡是无关人类生存和繁衍的、可以满足人类心灵需求的人类活动，就是游戏。

是不是有了一种世间万事皆为游戏的感觉？下文中我们会剥茧抽丝地分析为什么这么说。其实在本书的字里行间，将看到很多先贤哲人对游戏的定义，大家可以像在快餐店点菜似的，挑选自己喜欢的定义去采纳。

为什么会有这么多先贤哲人对游戏下了各不相同的定义呢？那是因为，游戏看似不是人类必需的活动，但是人类却天生喜欢它，又说不清为什么喜欢它，因此就形成了横看成岭侧成峰的局面。生存和繁衍太苦太累，游戏太轻松太美好，如果有可能，每个人都愿意不去操心生存和繁衍的问题，不去养家糊口，为稻粱谋，天天玩游戏，这才是人类理想的人生。

1.1.3 游戏是人类最本源的发明

跳房子（Hopscotch）：在地面的格子上通过一定的规则跳跃的游戏。

诞生于：17 世纪罗马；汉代中国。

锤丸（Golf）：用球杆将球击打入球窝的游戏，也就是现代的高尔夫球。

诞生于：1297 荷兰；唐代中国（图 1-1）。

跳绳（Jump Rope）：在环摆的绳索中做各种跳跃动作的游戏。

诞生于：南非（年代不详）；唐代中国。

弹球（Marble）：以手部动作操作小球在地面滚动，并通过一定规则互相击打的游戏。

诞生于：公元前的中国；古代埃及、古代罗马。



图 1-1 表现捶丸游戏的中国古代绘画作品

以上这些经典的传统游戏，在不同的时代，不同的地域，被世界各地的人类不约而同地发明了出来。发明游戏的驱动力是如此之大，以至于不同种族的

古代游戏设计师们纷纷创造出了这几款几乎完全相同的游戏。这不是山寨和模仿，而是人对游戏的本能追求和贫乏的社会资源相结合的必然结果。

正因为游戏是人类本性的需求，因此在原始社会，在人类的生存和繁衍都朝不保夕的年代，依然有众多的游戏设计者利用短暂人生仅有的休闲时光，发明出了各种各样的游戏。很多考古证据证明，大量棋类游戏诞生于原始社会，而且其规则一直延续至今。

不仅如此，很多游戏都是殊途同归，或同时或先后诞生于不同的国家和地区，而后不断融合、传播，形成现在我们看到的样子。

生活在古代的这些前辈游戏设计师们，他们没有丰厚的收入，没有崇高的社会地位，甚至没有留下自己的名字，仅凭本能的需要和对游戏单纯的喜爱，而发明了这些游戏。

在那个媒体匮乏、通信不便、交通迟缓的时代，人类也仅凭本能的需要和喜爱，让这些游戏迅速传播到全球各地。

游戏，这个人本需求，在漫长的历史时期，一直是被低估、被压抑的。人类对游戏一直拥有巨大的需求，但是游戏始终没有形成一个完整的产业。直到今天，电子游戏的出现，才让游戏产业真正确立和发展起来。

这是一个划时代的变革，而我们每一个人，都是这个变革的亲历者。

1.1.4 一句话告诉你什么是网络游戏

黔无驴，有好事者船载以入。至则无可御，放之山下。虎见之，庞然大物也，以为神，蔽林间窥之。稍出近之，慄慄然，莫相知。

——柳宗元《黔之驴》

人们对于不了解的事物，总是充满了恐惧。

电子游戏从诞生开始，就被披上了洪水猛兽的外衣。尤其是网络游戏，更上背上了电子海洛因的骂名。

翻开报纸的社会版，经常能看到这样的内容：

逃学旷课怨网络游戏……

偷窃抢劫怨网络游戏……

打骂父母怨网络游戏……

离家出走怨网络游戏……

暴盲猝死怨网络游戏……

就好像网络游戏没有出现之前，这些现象都不曾发生过一样。

甚至有少年犯罪杀人，也赖到网络游戏头上。是的，杀人少年玩游戏，但是他们也穿耐克、喝可口可乐、看网络文学和电视选秀，为什么单单只有游戏和杀人有关？

某个撰文诬赖网络游戏造就少年杀人犯的可爱记者，描述了一个神奇的网络游戏：“杀人以后可加分，然后晋级，有装备。有了新的装备，可以再进一步杀人，如此反复，他便将现实中的人当成了网络中被杀的对方，比如魔鬼、女装魔鬼。还有，网络游戏中有结婚的情节，而杀死一个自己喜欢的异性时，加分晋级又不同。久而久之，最终他陷入网络体验与现实生活中都无法摆脱的境地。”

我和我的同行小伙伴都惊呆了，世界上根本没有这样的网络游戏呀！从策划角度看，这样的设计还蛮有意思的，杀死喜欢的异性能加分晋级，真是很特别的世界观呢！

那些骂网络游戏的人中，十个有九个不知道网络游戏是什么。也难怪，对于一个上点岁数又不太懂电脑的人来说，玩网络游戏可能跟开飞机差不多神秘。那么现在就让我用最通俗易懂的语言告诉你什么是网络游戏吧！

其实，这个记者发现了网络游戏最核心的两个系统，就是战斗系统和婚姻系统。所谓战斗系统，就是小男孩爱玩的骑马打仗，所谓婚姻系统，就是小女孩爱玩的过家家。

网络游戏就是运用现代科技、声光效果，把骑马打仗和过家家搬到网上而已。

赛车也好，踢球也好，格斗也好，《反恐精英》或者《魔兽争霸》也好，本质上都是骑马打仗的变种；而跳舞也好，养宠也好，纸娃娃换装也好，采集合成也好，本质上都是过家家的变种。

20 世纪 70 年代之前出生的小男孩，都玩过骑马打仗吧？滋水枪、玩具枪、弹弓，甚至只是一个粗糙的刻成手枪形状的木头，就能让几个孩子玩上一整天也不厌倦。至于受点小伤，也是常有的事情，什么“我把你打死了”之类的话，也是常常挂在嘴边的，那时候也有少年杀人犯，似乎没有人把这事赖到孩子小时候玩过的骑马打仗游戏上。那时候的小女孩，抱着布娃娃假装妈妈喂奶，或者假装主妇煮饭给小男孩吃，也是很常见的游戏，没有人认为这些很黄很暴力。

在古代，小男孩、小女孩的玩耍是“郎骑竹马来，绕床弄青梅。同居长千里，两小无嫌猜”。那时候，社区和宗族的黏性很强大，小孩子不难找到同龄的表兄弟、表姐妹一起玩耍。20 世纪 70 年代之前，家里兄弟姐妹多，大院也好，胡同也好，总能找到很多同龄玩伴。但是 80 后、90 后、00 后的独生子女可没

有这么幸福了，要想凑齐五六个同伴，玩一玩真正的骑马打仗，是一件很困难的事情。所以也就难怪他们从网络游戏中寻找失落的童年了。

因此，网络游戏的流行有着强大的社会基础和心理基础，在钢筋水泥的森林里，我们的孩子找不到小伙伴一起跳皮筋、丢沙包；在寸土寸金的大城市，我们的孩子很难找到一处绿茵可以纵情奔跑。他们只能蜗居在家里，通过电脑屏幕，和那个遥远的朋友，一起在网络游戏副本中、对战中去分享胜利与荣誉。这是人类本能的需求，谁也无法阻挡。

这就是网络游戏！千年前我们祖先手中的竹马，换成了千年后我们孩子手中的鼠标；千年前的街头巷尾，换成了千年后的互联网地球村。但是“两小无嫌猜”的美好与天真并没有变，只是在与时俱进而已。

1.2 600 万岁的游戏

只有当人充分是人的时候，他才游戏；只有当人游戏的时候，他才完全是人。

——（德国）席勒（Friedrich Schiller）

游戏是人的生物本能，是早在人类进化成为人之前，就拥有的一种行为，已经深深铭刻在我们的基因当中。

人类在游戏的过程中，偶然打造出第一把石斧，而后发现了它作为工具的功能。人，便从“游戏的人”进化为“制造的人”。此后，人在游戏和生产活动中，不断思索事物的共性和意义，再度进化为智慧的人（图 1-2）。

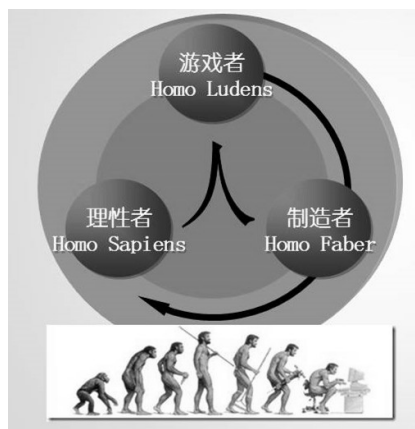


图 1-2 从“游戏的人”进化为“制造的人”

劳动创造了人本身，游戏创造了劳动本身。没有游戏，就没有完整意义上的人，“游戏的人”是人的元定义。

在原始社会，人们通过泥巴、石块进行游戏，在古代，人类发明了棋牌游戏、球类游戏，以及遍及全球各个种族的过家家游戏，这是最原始的角色扮演游戏，在当代，人们用电脑玩游戏。

日出日落，时代在变，但游戏对于人类的重要性不变；岁月更替，科技在进步，但人们从游戏中收获的热烈、奔放甚至神圣的情感不变。随着科技的发展，未来还将有更多、更新奇的游戏载体，带给人们更美妙的游戏体验，但游戏带给人们最单纯的快乐，将始终如一，延续千年万年。

游戏，乃至更大范畴的休闲娱乐活动，长期以来都是被轻视的。但是，古往今来，还是有很多思想家看到了游戏的重要性，看到游戏对人类生存和发展的伟大意义。虽然游戏对人类如此重要，但直到当代，游戏才真正发展成为一个完备的产业。游戏经历了漫长的 600 万年人类进化史的打磨，直到今天才形成了厚积薄发的游戏产业，这个产业，必将它蕴藏的巨大能量释放出来，带给人类耳目一新的奇迹！

1.2.1 动物都会游戏，你不会吗

游戏是一切幼仔（动物的和人的）生活和能力需要而产生的有意识的模拟活动。

——（古希腊）柏拉图（Platon）

动物也会游戏（Play）吗？

答案当然是肯定的。

相信大家都看过《动物世界》一类的纪录片，在里面我们经常能看到那些野生动物幼仔之间的游戏。这种游戏对于动物幼仔锻炼身体、协调动作是很有好处的。更重要的是，这种游戏有利于动物的社会化，对于训练它们的捕食协作有着重要的意义，在一些阶级化的动物种群中，这种游戏还可以帮助动物幼仔逐渐确立自己在种群中的地位。同时，动物幼仔也从这种游戏中学会了各种生存技能。

动物也有游戏（Game）吗？

答案也是肯定的。

斯坦利·科伦（Stanley Coren）是哥伦比亚大学心理学教授及著名犬类行为学专家。他在《狗智慧》一书中，提到了一个关于狗的游戏：他用浴巾蒙上

猎兔犬达比的身子，问小孙女：“达比在哪里啊？”小女孩会走过去掀开浴巾。而后小女孩和狗狗会得到夸赞以及鼓掌的奖励，狗狗也会获得一点食物奖励。这个游戏玩了几轮之后，小女孩有些厌倦了，跑去喝牛奶，但狗狗还想继续。它通过这样一个惊人的行为表达了它要继续玩这个游戏的意愿：叼起浴巾的一个角，在地上打了一个滚，把浴巾裹在自己身上，然后坐起来吠叫，催促主人命令小女孩继续。

这个例子说明，狗有主观意愿去选择玩一个游戏或者不玩一个游戏。

我家的雪纳瑞犬巴克的例子也同样能说明问题。绝大多数狗狗都喜欢玩网球，而它们通常玩网球的游戏规则是：主人将网球扔出去，它们把它捡回来，放在主人手上。但是巴克稍稍改变了这个游戏规则：我把网球扔出去，它把它叼到某个家具旁边，用鼻子一顶，把球顶到家具下面，而后趴在那里用无辜的眼神看着我，等待我趴在地板上把网球拿出来再丢出去，继续这个游戏。巴克并不是不会把网球捡回来，放到我手上，它偶尔也会这么做。但大多数情况下，它只是更喜欢给这个游戏增加一个任务环节，就是丢到家具下面再让我取出来。

这个例子说明，狗也有修改游戏规则的能力，并且它对于不同的游戏规则有自己的偏好。

即使是动物，也有游戏的需求。如果有人还坚持认为游戏对人类是没用的，可有可无的，甚至是洪水猛兽，那么只能说明，他的基因在进化过程中可能出了一点点小偏差。

人的大脑的底部是最古老的“基底核”，它是“爬行动物脑”，也可以称为旧脑，相当于人脑的脑干部分，被称为“爬虫复合体”。这一层只具有最原始的功能——保护生命。

随着生命的进化，围绕着爬虫复合体形成了新的大脑层次，即“间脑”，也可叫“原始哺乳动物脑”。它相当于人脑的边缘系统，其作用是管理内脏活动、情绪反应和性活动，近年来的研究还发现它与记忆有关。

随着高等哺乳动物的出现，即从灵长目到人类，人脑才加上了具有高级功能的一层，就是“端脑”，也可以叫作“新哺乳动物脑”，它相当于重叠在人脑边缘系统上面的新皮层。这是智力的关键部位，是人类理性的源泉。新皮层才是“人类脑”。大脑皮层是后来进化时形成的，所以又可称之为“新脑”。是人类与其他动物最明显、最根本的区别，人类的种种高级神经活动，如思维、语言、创造力等，都与大脑皮层有关。

人类的行为就是由大脑中这些不同的层相互作用的结果，它们分别支配着人的本能、情绪和理智。而游戏这种需求，则是在第二层“间脑”部分就存在

的，他是人脑的一种比较原始的功能，也是人类和其他哺乳动物共同的需求。

1.2.2 游戏已经写入了我们的基因

游戏是生活的一个最根本的范畴，是伴随人一生的必然需求。

——（荷兰）约翰·赫伊津赫（Johan Huizinga）

进化心理学是用进化论解释人类心理的科学。

在人类漫长的进化过程中，积累下一些固有思维和行为模式，它们可能是非理性的，但是已经固化到人类基因之中，不可改变。

为什么很多糖尿病人即使面对截肢和失明的危险，也无法控制自己的食欲？

为什么很多人宁可跑很远的路或者排很长的队去节省一瓶矿泉水的钱，而在另外一个场合，他们却毫不犹豫地喝了几口的矿泉水丢掉？

为什么先抬价后折扣的促销模式总能吸引很多人？

这些问题，都能够通过进化心理学找到答案。

进化心理学认为，人和动物一样，只思考两个问题：生存与繁衍。归根结底，一个物种想要存在，离不开生存和繁衍。所以人类和其他生物一样，在对很多事情做判断的时候，会不自觉地从小生存和繁衍的角度出发想问题。

原始社会的生活极大影响着现代人类的行为。原始社会时的人类恶劣生存环境、匮乏的物质资源、单调的社会生活，都极大地影响了现代人的思维和判断。

美国航空航天局在 20 世纪 60 年代的一份报告中指出，我们所熟悉的现代世界只是人类发展史上极其微小的部分。报告中指出：“把 800 个人的一生相加，来代表 5 万多年的人类历史。但是在这 800 人中，前 650 人生活在洞穴里甚至更糟糕的地方；只有最后 70 人才开始真正与别人进行有效沟通；只有最后 6 个人看到了印刷出来的文字；只有最后 4 个人可以精确地计量时间；而只有最后 2 个人用上了电动车。构成我们的物质世界的绝大多数物品，只有第 800 个人才得以在有生之年享用。”

这是发布于 20 世纪中叶的报告，那时候，人们认为人类的历史只有 5 万年。但是，目前最新的考古研究已经将人类历史的上限推到了 600 万年前，也就是说，原始社会的历史更长了，对人类的影响也就更大了。这漫长的 600 万年，已经足以把一些东西写入人类的基因中。

“狗对人类的影响是科技对人类影响的 50 倍”，这绝对不是危言耸听。

狗是约 1 万年前来到人类社会的，而工业革命至今只有 200 年，可以说，狗对人类的影响是科技对人类影响的 50 倍。虽然狗进入人类社会生活只有短

短的 1 万年，但是也在人类基因中打下了烙印。

嗅球是大脑中许多嗅细胞的神经纤维聚集在一起形成的球状部分。一般认为它在气味的辨别中具有重要的功能。犁鼻器是鼻腔前面的一对盲囊，开口于口腔顶壁，和嗅球相连，用于感受气味。研究发现，自从人类开始豢养狗作为伴侣动物之后，人类大脑中的嗅球的退化开始变得明显，体积也越来越小。而犁鼻器则完全退化，当今世界中，70%的人不具有犁鼻器结构，剩下的 30%的人，热犁鼻器也小到需要用显微镜才能看见。

仅仅 1 万年的共生，狗就对人类的进化产生了这么大的影响，那么可以想象，人类 600 万年的原始社会生活，对现在的我们产生的影响有多深远。

在原始社会，人类就有了游戏的需求和行为，600 万年的世代交替传承下来，这种需求和行为已经深深烙印在人类基因中，不可改变。

1.2.3 人生三要素：生存、繁衍、游戏

游戏是劳作后的休息和消遣，是本身不带有目的性的一种行为活动。

——（古希腊）亚里士多德（Aristotle）

在数百万年前，人类祖先的平均寿命只有 10 岁左右；在 40~50 万年前，“北京人”的平均寿命为 15 岁；到了新石器时代，6000 年前的“半坡人”，寿命也只能到 30~40 岁。

在原始社会，8 岁前的儿童不分性别地生活在一起，由妇女照管；8 岁后的男孩子则在男子的指导下，学习男子应做的事，女孩子由妇女指导，练习女子应做的事。

每一个留下后代的原始人都经历过游戏的童年，都经历过 8 岁以前的美好时光，每一个原始人都希望停留在 8 岁以前可以整日游戏的岁月。人类和动物只有在幼年，才能拿出大把的时间去游戏，成年后必须为生存和繁衍奔波，幼年幸福生活中的游戏成了埋藏在心底的最美好的回忆。

游戏是幼年的人类和动物学习生活技能、情感发育以及社会化的重要途径。

所以说，一个人，如果沉迷游戏到了上瘾的程度，那么他很有可能是存在以下问题：

- 生活技能缺乏。
- 情感发育不完全。
- 社会化程度比较低。

而存在这些问题的原因之一可能是，他在应该进行游戏的年龄，也就是幼

年时期，没有充分进行游戏。

那么结论就出来了，如果我们不想我们的孩子玩游戏成瘾，那么就要在他很小的时候，让他不被限制地接触到各类游戏，让他充分体会游戏给他带来的乐趣，这样，他在未来的人生中，就不容易被那些更炫酷的游戏所迷惑，沉迷而不可自拔。

我们常说女儿要娇养，让她从小有比较优越的条件，接触各种高档的事物，抬升她的眼界，这样她长大之后，就不大容易被物质所诱惑。这和预防孩子玩游戏成瘾，道理是一样的。

生存就是让自己温饱、安全地活着，甚至有些情况下是不择手段地活着。这样的活动占据了原始社会人的人生的绝大部分时光。在当今，随着社会发展和科技的进步，这些为了生存而必须从事的活动在我们人生中的比例已经被大大缩减，但依然是我们生活中的重要组成部分，包括我们每天上学、上班、为养家糊口而奔波。

繁衍就是孕育下一代的行为，让我们的基因传递下去的行为。这种行为同样占据了我們几乎二十年的人生岁月，包括求偶、结婚、交配和抚育后代。

在这两个行为的间隙，我们需要放松身心，需要让大脑得到愉悦，这时候，我们就需要游戏。

在原始社会，成年人几乎都在为生存和繁衍奔忙，几乎没有时间进行游戏。如今，生产力的发展，让人们产生了大量的空闲时间，让人们有更多的时间进行游戏。这也就是游戏从小孩子的专利逐渐转变为全民的主流娱乐活动的原因。

电子游戏具有更丰富的体验、更华丽的效果，跟传统游戏相比，是黑白和彩色的差距，因此更有吸引力，也更适合成年人。

1.3 世间万事皆游戏

一个人或一个社会如果没有游戏，就等于堕入了无意识的、行尸走肉般的昏迷状态。

——（加拿大）麦克卢汉（McLuhan）

上一节讲到，除了生存与繁衍之外的人类活动，都属于游戏的范畴。可能有人认为，这也有点太夸张了。不过，从广义上讲，一切娱乐活动都是游戏，即使是生存和繁衍活动本身的某些环节，也带有游戏的性质。

因为游戏毕竟是人类的天性啊！

1.3.1 性是一种最本能的游戏

游戏是被压抑欲望的一种替代行为。

——（奥地利）西格蒙德·弗洛伊德（Sigmund Freud）

性是游戏吗？

广义的性行为，也就是围绕着“性”的全部人类行为当中，只有单纯为了繁衍的部分不是游戏，其他部分都带有愉悦的性质，都是游戏。

所以，一切采用避孕措施的性都是游戏。

当然，前戏也是游戏。即使是动物，在性交的过程中，也有前戏行为，譬如说很多鸟类都有的求爱舞蹈的行为。

从动物学的角度上来说：发情期就是雌雄动物发生交配并且会使雌性动物怀孕的行为的时期。而我们人类的情况却比较特别，因为我们人类一年四季都可以交配并且怀孕，男性则随时可以产出精子，而女性则会有以一个月为周期的月经过程。

本来，性是为了繁衍而产生的行为。但是，人类的性行为，无论从心理还是生理角度看，都已经进化到开始走向游戏的边缘了。

北京大学医学部胡佩诚教授的研究得出了一个有趣的结论：在女性最容易受孕的排卵期，与性相关的神经活动水平显著下降；而在月经期，与性相关的神经活动水平与平时无明显差异。也就是说女性在进化过程中是“有意”地从生理和心理上隐藏其排卵期的。这说明女性并不刻意地让自己在最容易繁衍的时期获得更多的性，而是让性能够更平均地分布在各个时间段。换句话说，女性希望获得性，但不是为了繁衍，而只是为了快感。甚至在最能够成功繁衍的排卵期，与性相关的神经活动水平反而下降了。

这在一定程度上说明女性已经进化到为了性游戏的快感而牺牲繁衍机会的程度。

当然，我们也可以说这种进化的目的在于隐藏子代的血缘关系，提高婴儿的安全性，使其从男性那里获得更多的照料。这也没错，就看我们想接受哪个理由了。我个人觉得游戏论更具正能量，而隐藏血缘论则过于腹黑了一些。

1.3.1.1 男人好色

打开浏览器，经常会弹出一些低俗的网页游戏广告。其内容不堪入目，通常是丰乳肥臀、姿势撩人的各色美女，配上带有强烈性暗示的擦边球文字：

老婆不在家，你还忍得住吗？

春心荡漾，盼君进闺房。

3 分钟让你快感如潮！

.....

看到这样的游戏广告是不是有进入色情网站的感觉？这也是这个行业最让人诟病的问题之一。

但是，为什么所有的游戏，尤其是网页游戏，不约而同地采取了这种营销方式？这是由网页游戏的特征决定的。网页游戏玩家忠诚度低，生命周期短，如果想要持续平稳运营，只能采取“洗用户”的方式，也就是让大量用户进来、交钱、离开……不断地这样滚动。因此，制作出最能吸引用户的广告，便成了重中之重。

为什么这些广告都以“性”作为主题？因为游戏玩家当中至少 2/3 是男性（有些题材和类型的游戏，男性玩家的比例高达 95% 以上），而男人好色。

下面从进化心理学角度去分析，为什么这种广告设计是最有效的，以及这种广告当中的细节应怎样取舍。

人类的一切思想和行为都是以生存和繁衍为出发点的，提到繁衍，就不得不提性欲。

男人为什么好色？是因为繁衍的需要。

如果一个男人在 1 个月里和 100 个不同的女人交配，他很可能会有成打的孩子。但如果一个女人 1 个月里和 100 个不同的男人交配，她最多只可能有 1 个孩子。这个概率和她只与 1 个男人性交是一样的。因此，对男人来说，他们比女人更适宜有多个伴侣。

这种男女之间的生理差异就决定了男人注定比女人好色，因为好色可以让他们有更多的机会繁衍后代，使自己的基因流传下来。

那么，男人到底“好”的是什么样的美“色”呢？也就是说什么样的女人才算是具备美色呢？

从全球范围看来，不分种族，不分地域，美女通常具有以下几个特点。

1. 光洁的皮肤

光洁的皮肤通常意味着健康。俗话说，一白遮百丑。有疤痕和溃疡的肌肤通常预示着身体状况不健康，或者之前有过疾病或创伤。而不够光洁均匀的肌肤可能意味着衰老，衰老意味着生育能力下降，和生育能力比较低的女性交配，更难繁殖出后代，所以，她们不是男人最好的选择。在原始社会，没有身份证，

也没有户口本，更没有测试骨龄的仪器，人们只能通过外貌去判断年龄。光洁的皮肤意味着健康和年轻，同时也就意味着生育后代能力更强。

2. 腰臀比小

不同历史时期，不同地域，不同文化背景，身材美的标准在不断变化之中，环肥燕瘦，各有所爱。但是，不管一个女人胖还是瘦，她必须有腰，而且腰要显得足够细，这几乎是一个跨越地域和种族的审美公理。

美国有一项调查，统计了 20 世纪 20 年代到 80 年代，60 多个美国小姐的身材数据，发现她们的腰臀比都在 0.69~0.72 之间，说明腰臀比在 0.7 上下是最受欢迎的美女标准身材。通过一些生理学的研究发现，在人工授精的环境下，腰臀比在 0.8 以下的女性，怀孕的可能性是腰臀比在 0.8 以上的女性的两倍。

因此，关于腰臀比的审美，还是归结到了生育能力上。中国自古以来就有女性臀部比较大能生养的认知，这其实也是一种“小腰臀比”的审美。

3. 大眼睛

关于大眼睛的审美，在 20 世纪末期的日本少女漫画当中体现得最为明显：闪烁着各种高光的大眼睛，几乎占到面部的一半，例如图 1-3 所示少女。



图 1-3 网页游戏《女仆之心》游戏人设（绘：岚舞）

俗话说，眼睛是心灵的窗户。不同的人类个体，解读肢体语言的能力强弱差别很大，但是，绝大多数人都能正确把握眼部所传达的信号。人类在交往过程中，人们总是优先注意从对方眼睛中传来的信息。

只要是性取向正常的人，看到异性明星的海报，瞳孔便会扩张。而瞳孔的

扩张，则代表了喜爱。所以人们会喜爱眼睛大且瞳孔大的人，和这种人面对面，会让人产生被喜爱的满足感。

4. 长发

头发同样是判断一个人健康和年龄的标志。随着年龄增长，人的头发颜色都会改变：黄种人的黑发会变成白发，白种人的金发会变成灰发。因此，头发的颜色能够比较准确地判断出一个女性是不是处于生育的黄金年龄。其次，长发可以反映一个人在过去相当长一段岁月中的健康情况。同理，也是女人繁衍能力的一种表征。

5. 丰满的胸部

法国心理学家尼古拉斯·桂桂恩做过这样一个实验：找一个 A 罩杯的女性，夜总会里待 1 个小时，连续 4 周观察男人主动邀请她共舞的次数。在接下来的两个 4 周，通过往胸罩里填充乳胶的方法，把这个女人的胸部依次变成 B 罩杯和 C 罩杯，同样记录下数据。结果发现：

当女人是 A 罩杯时：被男人邀请共舞的次数为 13 次。

当女人是 B 罩杯时：被男人邀请共舞的次数为 19 次。

当女人是 C 罩杯时：被男人邀请共舞的次数为 44 次。

更有趣的事情还在后面。接下来，把这个实验搬到一条繁忙的高速公路旁，要求被试女性向过往车辆做出要求搭车的手势。结果发现：开车过去的 426 位女性司机并不受到这个女人胸脯尺寸的影响，不论这个女人是 A 罩杯、B 罩杯还是 C 罩杯，女性司机停下来让她搭车的平均比例都是 99%。

但是，774 名男性司机则表现出了完全不同的行为：

当女人是 A 罩杯时：男性司机停车的比例是 15%。

当女人是 B 罩杯时：男性司机停车的比例是 18%。

当女人是 C 罩杯时：男性司机停车的比例是 24%。

这说明，对于男性的大脑而言，胸部尺寸是一个非常突出的刺激物，即使男性只有极短的反应时间也是如此。女性胸部大，代表她的生育能力和抚育后代的能力比较强。

至此，我们就可以了解到，游戏中什么样子的虚拟女性造型更受男性玩家的欢迎。也可以知道，为什么各种商品的广告都喜欢选用美女作为其画面的主要组成部分。

因为人类需要繁衍，所以男性总是孜孜不倦地猎艳，追逐那些具有良好基因和良好生育能力的美女，因此，美女就是生产力。

有这样一个实验：把几角钱放在电话亭，当男士进入电话亭的时候，让不同相貌的女人去问：“我是不是把钱忘在这里了？”90%的漂亮女性要回了钱，而只有60%的相貌普通的女性要回了钱。

丑女比一般的女性要少挣5%，而丑男要比一般的男性更是少挣10%。这个统计结果确实没错，市场在惩罚丑男方面比丑女还要苛刻。之所以会出现上述统计结果，也许是因为丑女根本找不到工作，所以根本没有进入统计的标本库。实际上，在外表得分上排名倒数6%的丑女和一般女性相比，找工作的难度要大8%。

1.3.1.2 女人爱钱

我宁愿坐在宝马车里哭，也不愿意坐在自行车上笑。

——《非诚勿扰》嘉宾马诺

从进化心理学的角度上讲，这位姑娘的说法真的是无可厚非，因为她也需要繁衍，她也需要为自己的后代提供最好的生存条件。

说完了男人好色，再说说女人爱钱。

女人为什么爱钱？

因为女人也希望自己能够流传后代。但是女人的困局和男人完全不同，男人纠结在需要找到肯为他生孩子的女人，也就是找到一颗合适的卵子和一颗十月怀胎、十年养育的无怨无悔的女人心。而精子可以说是地球上最廉价的资源，生产者多，产量大，取之不尽，用之不竭。女人可以不费吹灰之力找到精子，使自己产生后代。即使一个平庸的女人，想要获得顶级男性的精子也不是一件非常困难的事情。因此，女人的纠结点就变成了，如何能够养活后代。

女人从怀孕开始，就丧失了一部分劳动时间和劳动能力，她需要得到外部支持，以维持她和后代的生存。男人可以拔屌无情，但是女人却要对自己身上掉下来的婴儿负责十几年。这些，都需要钱。

在征婚广告中，女性提到钱的频率是男性的10倍以上。

一项由南开大学政府管理学院社会心理学系完成的调查十分有趣。它对比了中国天津和美国波士顿两座城市人们择偶条件的异同。选取的研究素材是当地主流报纸上的征婚启事。在天津，被他们选中的报纸是《今晚报》和《每日新报》，在波士顿，他们选择了当地发行量最大的《波士顿日报》和《波士顿先驱报》。

结果发现，不管对于男人还是女人，征婚者都极为重视这样5个自身条件：年龄、身高、学历、婚姻史和职业。但两市男女之间一个共同的区别在于，男

人都比女人更爱强调自己的职业和明确自身的经济条件。天津男人的说法一般是“经济条件优”；波士顿的男人比较含蓄，只说“有经济基础”。

钱只是一个表征，女人喜欢拥有更多资源，这会给她们安全感，让她们觉得自己和后代的生活有保障。为什么简单的种菜一类的农场游戏会让很多女性无法自拔？就是这个道理。在网络游戏当中，类似家园系统、宠物系统、种植系统、养殖系统、卡片搜集系统等可以赋予玩家更多资源的系统，都是女性玩家比较偏爱的系统，这些系统可以满足女性的贪婪心理，给她们以安全感，让她们能更长久地沉浸在这款游戏当中。女人天生喜欢拥有各种资源，作为自己和下一代的生存保障，即使在现实中得不到，能在游戏中能获得，也足以抚慰自己的心灵了。

1.3.1.3 性炫耀和性妒忌的游戏

饭可以不吃，衣服不能不买。

——章小蕙

菲律宾前第一夫人伊梅尔达·马科斯，拥有 2000 副手套、1700 多个提包、5000 条短裤和 3000 双鞋子。

月薪三五千的女生省吃俭用攒钱购置二手的 LV 包，背着它每天挤地铁。关于这种事情的讨论，就像月经一样，隔一段时间就会出现在各大论坛中。

女子整容几十次乃至上百次的新闻，一搜就是一大把，中国的、外国的都有。

女人总缺一件新衣服、新鞋子、新包包、新珠宝、新化妆品……女性喜欢的东西，是女性第二性征的延伸，是能够让自己更能吸引男性的物品。归根结底，还是为了生存和繁衍。

女人希望拥有更多衣服和饰品，用来把自己打扮得多变，以迎合男人的好色和花心。

女人喜欢的所有物品，都是让自己更年轻和漂亮的物品，让自己胸更大、腰更细、皮肤更光洁，更有性吸引力。

女性喜欢奢侈品，一方面是自己购买自信，另一方面是为了炫耀，打击潜在的同性竞争者。

性是一场战争，一切能让女人变漂亮的东西，都是女人的武器。

我们再来看看男性。

20 世纪 90 年代初，100 多英尺长的游艇已经被视为非常豪华。

但到了 1997 年，豪华游艇规格上升到 150 英尺到 200 英尺，富豪之间的攀

比开始白热化。

2000 年，超过 300 英尺的游艇出现了，游艇上还设置了健身房。

2003 年，保罗·艾伦耗资 2.5 亿美元建造了长达 414 英尺的 Octopus 号游艇，在竞争中独占鳌头，成为全球最大的游艇。这艘游艇不仅配有私人潜水艇、游泳池和音响厅，还有两个直升机停机坪兼篮球场。

而当时正计划定造一艘 393 英尺游艇的埃里森，在得悉艾伦的 Octopus 号详情后，马上把他的游艇扩建为 452 英尺的 Rising Sun 号，成为新的私人游艇之王。

男性很少像女性那样，以“多”来作为炫耀的手段，很多男人都喜欢电器，但是从未听说过哪个富豪以“你拥有 3000 个电视机、我拥有 5000 台电冰箱”来斗富。

男人也不像女人那样重视让自己变得更年轻漂亮的物品，游艇和私人飞机，都不能让男人脸上的皱纹减少，皮肤变白。

男人在性游戏中的优势是富有，只要他足够富有，就足以吸引女人。

所以，男性与男性之间的炫耀，则是对男性性征的物化。男人追求的不是 3000 个游艇，而是我的游艇更大、更长、桅杆更高、速度更快、构造更强。男人喜欢强调自己的性能力，也喜欢找一个足够高大上的东西去寄托自己的性能力。

所以我们看到，很多网络游戏设计了大量的服装、装饰、首饰等花哨而没有实际意义的东西，而且这些东西还卖得很贵，这些设计都是针对女性玩家的。而那些高大的坐骑、巨大的武器、庞大的炫光则是为男性玩家准备的。所有这一切外在的东西，不仅仅是给自己享受的，更是给别人看的。

傲慢和妒忌这两种情感，是两种非常强烈的负面情感。傲慢是输出的，用来展示给别人看，吸引异性，打击同性，以引发其他人的妒忌心理。这种妒忌又会引发新一波的傲慢竞赛。这一点，无论在游戏中还是在现实中，都是一样的。

1.3.2 人性本恶的游戏

人类在生活中要受到精神与物质的双重束缚，在这些束缚中就失去了理想和自由。于是人们利用剩余的精神创造一个自由的世界，它就是游戏。这种创造活动，产生于人类的本能。

——（德国）弗里德里希·席勒（Friedrich Schiller）

在很多抨击游戏的人看来，游戏是带着原罪存在于世的。但事实上，这些原罪根本就是人的本性，无论在现实社会还是虚拟社会中，无论在三次元还是

二次元，这些本性都在发挥作用。唯一不同的是，游戏中的“恶”，也是虚拟的“恶”，不会产生严重的社会危害。

1.3.2.1 暴食与贪婪者的游戏

贪婪啊，你还能做什么呢？你使我的家族迷了心窍，对自己的骨肉冷酷无情。……我们在世的时候口腹之欲太强，因此现在必须忍受饥渴，含泪而歌以洗涤我们的罪恶。那树上果实的馨香，与飞散在水上的水花飘送来的甘列，激起我们饮食的欲望，如火燃烧。

——（意大利）阿利盖利·但丁（Dante Alighieri）《神曲》

东华大学服装艺术设计学教授包铭新在 1986 年针对中国纺织大学的 700 名女大学生做了一个调查。全部参与调查的大学生都属于生理学意义上正常体型或偏瘦体型，但她们当中只有 1 个女生认为自己不用节食或减肥，她身高 1.60 米，体重只有 44 公斤。剩下的所有女生都，不是在减肥，就是在打算减肥。

减肥是女子一生的事业。全球各个国家有很多减肥机构，在你读到这段文字的同时刻，全球有相当大比例的女人处于节食减肥状态之中。但我们却很少听说过有增肥机构。这是为什么？因为暴食是人的天性。

在没有冰箱和银行的原始世界里，我们的祖先经常面临食物匮乏的窘境。因此，他们必须为艰难时世做准备，必须吃足够多的东西，以便在身上储存一些脂肪。

想象一下，在一个原始部落里，有两种不同的人：吃货们只要有可能，就在嘴里塞满了各种食物，而另一类人，只要吃到八分饱就满足了。那么，当食物短缺时，谁会有额外的能量储存在大腿和臀部？谁的身体能产生足够的热量抵御寒冷？谁能经受住饥荒，剩下一些能量来繁殖后代？谁能在寒流或饥荒过后能保存生命？谁最有可能成为我们的祖先？答案是吃货、吃货、就是吃货！

原始人类总是处于饥饿状态，没有可靠的食物来源，任何多余的食物都会很快腐烂掉。所以，最好的保存方法就是把食物消费掉，我们的大脑就是根据那时的情况设计的。那时候人们的生存法则非常简单：能吃多少吃多少。

所以，不用感到羞愧，你和我，我们所有人，都是吃货的后代。减肥的原始人都死掉了，所以，我们的身体里没有继承下减肥的基因，我们要想通过节食减肥，就要不断地和食欲做斗争。

不仅仅是食物，在资源匮乏的原始社会，拥有更多资源，是生存的保障，因此，人类为了生存，就只能变得贪婪。

吃掉更多的东西，拥有更多的东西，会让人类感觉到满足而安全，但是这

种行为在当代社会已经不合时宜了。暴食会导致肥胖，从而引发很多严重的健康问题，而贪婪则需要巨大经济实力的支撑，购物狂和收藏癖都已经属于心理疾病的范畴了，也会给家人和社会带来困扰。

但是在网络游戏中，暴食则不会引发任何生理问题。

很多人第一次看别人玩大型多人在线网络游戏（Massive Multiplayer Online，MMO）的时候，总是会很困惑，那样简单机械、重复劳动的打怪练级，到底有什么好玩的？从心理学上讲，打怪练级的有趣之处在于三点：

- 其一是重复性行为带来的掌控感。
- 其二是压力——释放循环带来的快感。
- 其三便是“嗑药”满足了暴食欲。

前两条后面的章节还会提到，这里只说第三条。每当玩家吃下游戏中的药品，看到自己的血条瞬间增长的时候，那种简单而直接的原始成就感，以及充满能量的安全感，是其他奖励所难以比拟的。

在游戏中，贪婪也不会引发任何家庭问题和社会问题。

有些人玩游戏，不管单机游戏还是网络游戏，换下来不用的装备都不舍得卖掉，他们宁愿花钱扩充背包和仓库，也不舍得丢弃早已用不到的布衣和木剑。至于很多游戏中都有的搜集系统，总是对玩家最有吸引力，很多玩家为了一个稀有的卡片或装备不惜一掷千金。这些行为，同样是人类的贪婪心理在作祟。

1.3.2.2 懒惰者的游戏

这里是洗涤一些对于善良之爱没有尽责的人，简单地说就是洗涤懒惰的地方。

——（意大利）阿利盖利·但丁（Dante Alighieri）《神曲》

前面说到地球人都是吃货，下面该说说地球人都是懒鬼了。

懂得节俭体能的原始人在进化中生存了下来。那些吃饱了就四处活动，随意浪费能量的原始人怎么样了呢？他们吃再多东西也没攒下脂肪，遇到寒流或饥荒很容易就死了，他们的基因也跟着死了。而那些能坐着不站着，能躺着不坐着的人，则最大限度地积累下了脂肪，足以抵御寒冷和饥饿。我们是那些慎于活动的人类的后代（慎于活动是懒惰的同义词，一种文明而优雅的说法），我们也遗传了他们储存能量的基因（储存能量是懒惰的另一种文明而优雅的说法）。

每个国家都有健身房，在那里钱包和教练会逼着你锻炼。但是没有一个国家有强迫你躺下来看电视的机构和设施，这种事情几乎就是人类的本能，根本

不需要强迫。生命在于运动，这谁都知道，但是进化却使我们生来爱懒散。我们的基因仍然认为随时都有饥荒，只要有可能，它们就会诱使身体变得懒懒散散，以此储存用来抵御饥荒的每一卡路里的热量。

谁都知道运动加节食是最好的减肥方法。但是淘宝销量数十万的爆款减肥产品却是减肥胶囊和减肥贴。“无须运动就能减肥”的小器械是电视购物节目的宠儿。用胶布缠手指，或用皮筋扎头发之类的减肥偏方更是流行得此起彼伏。总之，只要有不需要运动就能减肥的方法，不管有没有效果，总会有一大群人趋之若鹜，人类就是要想尽一切办法逃避运动。

游戏本身就是为了适应人类的懒惰基因出现的最伟大的发明，它把世界上的一切活动都虚拟到了你的客厅，让你赖在沙发上，不需要运动就可以体验这些活动的乐趣。

拳击、比武、摔跤或者打架都太暴力，而且太费体力了，玩玩格斗游戏多省事，只需要动动手指就能体会到搏击的快感，真是再轻松不过了！

射击很辛苦，战争太可怕，来玩射击游戏和战略游戏吧！只要鼠标点、点、点就能运筹帷幄之中，决胜千里之外。

去舞厅或者街头跳舞太累啦！不如玩玩《劲舞团》吧！只要按按空格键就能技压群雄，成为舞林高手。

赛车需要手脚并用，紧张又危险，又累又费钱，手机上的赛车游戏只要晃动手机就能体会飞速的快感，还有什么比这个更轻松的呢？

看吧！为什么游戏这么受欢迎？那是因为游戏让你体验了世间万物的乐趣，但是又尽可能地帮你节省了能量，所以，我们人类的懒惰基因最爱游戏啦！

游戏本身已经足以迎合人类的懒惰了，这就足够了吗？当然不够。人类的懒惰欲望是无止境的！

早期的网络游戏，对话和任务说明都是要看的，剧情都是要记的，找人说话或者找店铺买东西都要鼠标点、点、点走过去。后来出现了自动寻路，就是只要点文字当中的链接或者点按钮，你控制的那个小人儿就会自动走到你想要去的地点，自动触发该触发的剧情。自动寻路一出现，几乎在一年内就成了绝大部分网络游戏的标配，玩家再也不要去玩那些手动寻路的游戏了。现在的很多网页游戏，已经发展到你完全不需要看文字和画面，甚至不需要分辨哪里是链接文字和按钮，因为游戏会有一个动啊动的小圈圈或者小箭头，告诉你下一步该点哪里了，你只要一路点过去就行。

懒人驱动着科技进步，懒人也同样推动着游戏不断地向前发展。

除此之外，网络游戏还提供更多为懒人服务的项目：只要花一点点钱，你

就可以自动升级，自动吃药，自动打怪，自动摆摊……反正只要不是过于破坏游戏平衡的东西，都可以花钱去办到，真是为懒人服务到了极致。游戏都做到这样了，懒惰的人类能不喜欢它吗？

跳到游戏之外再看看吧！人类是认知的吝啬鬼。也就是说，人类才懒得在寻找自己需要的东西上花费精力，只要有可能，人们就要尽力寻找捷径。

也就是说，人类总是在竭力节省认知能量。考虑到大脑有限的信息加工能力，人类总是试图简化复杂的问题。

为什么前面说过的那种很黄很暴力的网页游戏弹窗广告这么流行？因为网页游戏太多了，同质化太严重，每一个看起来都差不多。很多玩家已经迷失在网页游戏信息的汪洋大海中，他们不知道怎样寻找自己喜欢的网页游戏，或者说，他们懒得到处寻找。而弹窗广告像是一个漂流瓶，为玩家节省了收集、选择、判断的时间，节省了寻找信息的脑力和体力，当然受欢迎啦！

只玩一个公司的游戏，这样的玩家可有不少哦！甚至只玩一款游戏玩了五六年都不曾改变的玩家也有很多，很多客户端网络游戏的老牌厂商就指着这些玩家活着呢！这些玩家不知道游戏层出不穷、日新月异吗？他们当然知道，只是故意忽视了，因为他们懒得尝试新游戏，懒得学习新操作，懒得结识新伙伴，所以，只要这款熟悉的老游戏不让他们太过不满，或者新游戏没有巨大的利益拉动他们，他们是不会轻易改换门庭的。

只要我们肯花时间，总能找到又好又便宜的商品，但是大多数人不愿意费这个力气，而是宁愿吃送到嘴边的肉。我们在淘宝上可以看到，同样一款商品，几十家在卖，最高价和最低价差距可能达到 2~3 倍，但通常销量最好的却并不是定价最低的。抛开信誉和邮费等问题，很大一个原因是因为人们懒惰，人们宁愿接受一个排在搜索结果最前面的、不尽完美的选择，也不愿意花几分钟时间去寻找性价比最好的选择，何况，这个选择的销量很高嘛，说明大家都信赖它，说明它已经足够好了。同样道理，很多年轻人在菜市场买菜，不知道买什么好，总喜欢参考一些老太太的选择，因为他们觉得，这些老人家买了几十年菜，他们的选择一定没错。

还有游戏商城中的商品价格和陈列的小技巧，这可是利用人类懒惰天性赚取真金白银的大秘密哦！只有本书的读者才有幸能够了解呢！

在大部分手机游戏中，我们需要把现实中的货币兑换成游戏中的货币（譬如金币或者钻石），用来购买游戏中的物品。这种兑换通常是通过一个列表来进行的，一般来说都有这样几个选项，例如：

\$0.99=100 金币

\$1.99=200 金币

\$3.99=400 金币

\$5.99=500 金币

我们可以看到，在上面这个列表中，玩家所要花费美元的顺序，是由少到多的，类似这样设计的手机游戏有很多，例如图 1-4 所示设置。



图 1-4 手机游戏《功夫点穴》游戏界面（绘：白菜）

当我们尝试着把这个列表倒过来的时候：就变成了这样，花费美金最多的一项放在最上面，而花费美金最少的一项放在最下面。类似这样设计的手机游戏也有很多，例如图 1-5 所示设置。

\$5.99=500 金币

\$3.99=400 金币

\$1.99=200 金币

\$0.99=100 金币

但是，仅仅这样一个小小的调整，奇迹便出现了！

这样改动之后，选择\$5.99=500 金币这个选项的数量，出现了小幅度的增长。因为这个选项是充值额度最高的选项，从而间接导致了游戏收入的明显增加。看到了吗？懒人们甚至不愿意往下多看几行字。



图 1-5 手机游戏《夜王》的游戏界面（绘：白菜）

同样价格的游戏，我们还可以换个玩法：

\$0.99=113 金币

\$1.99=257 金币（额外获得 9.27%的金币）

\$3.99=561 金币（额外获得 18.58%的金币）

\$5.99=892 金币（最划算！额外获得 49.99%的金币）

好吧，其实后面所有关于百分比的数字都是我乱写的，要想弄清楚到底哪个选项最占便宜，需要进行两次二位数或三位数的混合运算，大多数玩家根本懒得费这个脑子，他们要么选择第一个选项，花最少的钱，就算吃亏也不会吃大亏。或者选择最后一个选项，系统说这是“最划算”的，应该错不了！

1.3.2.3 冒险者的游戏

人生要不是大胆地冒险，便是一无所获。

——（美国）海伦·凯勒（Helen Keller）

虽然懒惰和冒险是两个对立的观念，但是这一章真的不是在自己打脸。人类偏爱懒惰的同时也喜欢冒险，这也是我们的基因决定的。

首先，连狗都知道喜新厌旧。给狗一个会吱吱叫的球，让它先玩几天，再给它一个不会叫的新球，狗通常都会立刻去玩那个新的，总要过上几天，新鲜劲儿消退了之后，才会按照好玩或喜爱程度对两个球进行排序。

人类和动物都需要新事物对大脑的刺激，笼养的鹦鹉如果一直罩起来，持续得不到新事物的刺激，常常会发生啄咬羽毛的现象。像猴子、狐狸、狼等动物，囚禁会使他们退化到白痴的程度，甚至会无聊至死。

原始人类为了找到食物、水源、配偶或者居所，必须具有冒险精神，勇于探索环境。正因为如此，人类的足迹才能遍布全世界。

想象一下，在原始部落中有两种人，一种吃饱了就蜷缩在山洞里宅着，另一种则积极探索新领域。第一种人我们前面说过，更容易抵御饥荒和寒冷而活下来。第二种人当然有很大可能因冒险失败而死亡。但是他们一旦冒险成功呢？他们会对整个族群有巨大贡献，会得到整个族群极大的社会尊重，成为所有人心目中的英雄，所有的怀春少女都愿意和他交配，从而让他留下更多数量的后代。而缩在山洞里的宅男，可能只留下一两个后代甚至没有后代。所以说，我们是懒惰者的后代不假，同时，我们也是冒险者的后代。

冒险的需求已经沉淀在我们的基因中，我们需要冒险。随着文明的发展，社会的进步，人类可以冒险的空间越来越小，机会也越来越少。因此，现代人发明了一系列可以创造冒险情境的行为或产品：恐怖片、飙车、登山、潜水、蹦极……当然，还有游戏。

每个游戏都是一场冒险，或者说，游戏是没有危险的冒险。

游戏本身就是对现实生活中的冒险行为的虚拟，是为了满足人们的冒险欲望而诞生的。

玩家在游戏中可以上天入地，可以经历战争，可以砍杀怪兽，可以纵横太空……这一切的冒险，声光特效齐全，如同身临其境，但是，绝对没有危险。同理，在网络游戏中，新的地图，新的副本，新的系统，总是对玩家有极大的吸引力，总会导致在线人数暴增，这些，都是因为人类的冒险天性。

1.3.2.4 愤怒与攻击的游戏

一群怒火冲天的人们，用力把石头砸向一个少年身上，口中狂叫：“杀呀，杀死他！”

——（意大利）阿利盖利·但丁（Dante Alighieri）《神曲》

有这样一个心理学实验：准备两个一模一样的堆满玩具的屋子，将被试儿童分成两组。一组孩子要站在金属网外面观看这些玩具，他们很想去玩一

玩，但无法拿到它们。在长时间的痛苦等待之后，最后才允许他们去玩这些玩具。另一组孩子则直接让他们去玩这些玩具。第一组孩子在被允许玩玩具之后，表现出了极端的破坏性：他们往往打碎这些玩具、将它们摔向墙壁、踩到地上等。

这说明挫折能导致攻击行为。

“挫折——愤怒——攻击”这样一个模式，是玩家在玩游戏的时候，典型的心理模式，玩家不断地重复这个模式，让自己的压力得以释放。在攻击取得胜利的时候，获取快感。而游戏的设计者们，再度奉上设计好的挫折，让玩家因愤怒而再度发动攻击。这是一个完美的循环，玩家就是在这样一个循环中逐渐沉迷在游戏中无法自拔。

愤怒是当愿望不能实现或为达到目的的行动受到挫折时，引起的一种紧张而不愉快的情绪。

愤怒是一种原始的情绪，它在动物身上是与求生、争夺食物和争夺配偶等行为相联系的。可以说，愤怒是人类生存和繁衍困境的集中爆发和体现。愤怒是人的生物本能，出生 3 个月的婴儿就有愤怒的表现。

愤怒是一种非常有驱动力的负面情绪，它需要宣泄。把愤怒宣泄到现实世界会产生社会危害，但是宣泄到游戏中，则不会引发社会危害。而且愤怒一旦被宣泄到游戏中，则会降低对现实社会危害的可能性。

佛罗里达州迪兰的斯泰森大学心理学教授 Christopher Ferguson 是心理学领域的专家，同时也是研究行为与游戏之间的联系的专家。费格森和他的同事的研究表明，患有抑郁症和多动症的孩子相比正常的孩子更容易受暴力游戏的影响变成恶霸。相反，游戏对于正常孩子来讲有轻微的镇静作用，将暴力情绪转移到游戏中，从而减少在现实生活中的暴力行为。费格森的研究对象为 377 名平均年龄 13 岁的不同种族的美国儿童。他指出“所有的相关研究没有提供足够的证据来说明暴力游戏和青少年暴力行为之间的关系。”

尽管人们通常认为，暴力血腥游戏有可能会影响未成年人对真实世界的判断，使他们沉迷于暴力，以至于最后杀人，成为犯罪分子。然而，科学家还没有确凿的证据证明暴力游戏可以直接导致未成年人犯罪，至少，还不能对暴力游戏就是犯罪的元凶这一点达成一致。

事实上，玩家在游戏中产生的愤怒情绪，通常会最便捷地宣泄到游戏中。但是这需要游戏设计者进行良好的引导。把玩家的怒火引导到游戏系统当中去，让他们在对怪物和其他玩家的攻击中释放，这是降低玩家真实暴力行为的最好方式。

如果玩家在游戏中遭遇到了挫折，他们会产生类似下面的想法：

“哎呀！都是我不小心才失败的，再来一次一定能成功！”

“这个 BOSS 也太厉害了，我要再练几级，弄点儿好装备再来打！”

“某某公会的人太强了，我应该找我的朋友一起来复仇！”

这样的设计就是成功的。游戏在玩家遭遇挫折、产生愤怒的同时，通过一定途径，能让玩家了解到自己为什么会遭遇挫折，以及怎样在游戏中释放愤怒，并且获得成功。这样的设计能引发玩家更丰富、复杂、强烈的情感，玩家会更投入游戏。“生生者不生，杀生者不死”，这就是愤怒——攻击循环的魔力所在。

如果玩家在游戏中遭遇到了挫折，他们说出了这样的话：

“靠！这个游戏根本不是人玩的，简直太难了，是人都过不去！”

“你妹啊！我怎么死了？！莫名其妙！刚才明明大占上风的……”

“这个垃圾游戏是谁设计的啊，跟屎一样，完全没法玩。”

这样的设计就是失败的。玩家遭遇到了挫折，但是他不明白为什么会遇到挫折，游戏规则是什么？怎样才能通过攻击释放愤怒？怎样才能把挫折变为成就？这样的设计，会让玩家的怒火从二次元烧到三次元，一旦他们离开了游戏，则很容易在现实社会发泄怒火，实施攻击行为。

所以说，好游戏是灭火器，它们不断地制造怒火，同时也给玩家一个沙袋去熄灭怒火，在这一烧一熄的过程中，玩家对愤怒的免疫不断加强，暴力值也会减弱，这对于社会安定是有好处的。但是，坏的游戏只管放火，而不提供玩家在游戏中灭火的途径，这就像一颗定时炸弹，会随时对现实世界产生威胁。我们应该都曾观察到自己或者他人，在被一款烂游戏凌虐之后，对周围物品大发无名火的情形：把鼠标或手柄摔烂，或者大声吼叫咒骂。

所以说，游戏行业从业人员的社会责任感，也恰恰体现在这里：做好游戏，让玩家在游戏中发泄愤怒，让游戏成为玩家的情绪垃圾桶，输入愤怒，收获愉悦；而不是做坏游戏，给玩家制造愤怒，让他们发泄在现实世界。

1.3.3 游戏无处不在

休闲是一切事物环绕的中心，是科学和哲学诞生的基本条件之一。

——（古希腊）亚里士多德（Aristotle）

十几年前的 20 世纪 90 年代中期，我刚刚进入游戏行业，那时候，主流社会对游戏的理解还很肤浅，认为那是小孩子的玩意儿。《超级玛丽》和《魂斗罗》已经囊括了他们对游戏的所有认知，他们很少知道那时候已经有了情节曲折动

人的《仙剑奇侠传》，蕴含大量城市地理学原理的《模拟城市》这样的游戏。甚至有些人完全不知道电子游戏，认为游戏策划就是为小孩子设计丢手绢那样的游戏的工作。

而今天，你打开网页，总能看到游戏的弹窗广告在右下角闪啊闪，或者突然弹出一个新页面，告诉你“是男人就要点”。你打开电视，也常常能看到一些游戏广告，尽管很多游戏的电视广告对于非玩家来说，不如洗衣粉广告那样容易理解，但是这些广告却会让玩家们小小地兴奋一下。每年暑假，上海浦东的酒店业都要迎来一个小小的狂欢，那是中国最大的游戏展会 Chinajoy（图 1-6）举办的日子，新国际会展中心附近某酒店的老板曾经这样对我感慨：“每年展会这么多，只有 Chinajoy 和车展，能让酒店爆满。”还有手机游戏，现代人几乎人人都有手机，而几乎所有的手机当中，或多或少都有几个游戏。今天，不知道游戏是什么的人，几乎已经绝迹了。



图 1-6 中国最大的游戏展会 Chinajoy

其实，如果我们把游戏的范畴扩大到传统游戏，我们就会发现，自有人类开始，游戏已经无处不在。就像前面我一直强调的那样，人生除了生存和繁衍，剩下的都是游戏。

1.3.3.1 游戏三元素

我们继续再为游戏下一个可操作、可作为判断依据的定义，这个定义是如下。

具备以下三个要素的人类活动，就可以称之为游戏。

- 参与者

- 规则

- 愉悦

首先我们来说说参与者。任何游戏都必须有人来参与，但是不同的人在游戏中的地位 and 作用是不同的。因此游戏参与者还可以分为以下三类：

- 投入者

- 消极者

- 破坏规则者

投入者就是核心玩家，他们每天花大量的时间或金钱泡在游戏之中，在游戏中的行为也非常活跃，通常会成为游戏中群体的领导者。在游戏之外，他们通常也会从事一些围绕着游戏的周边活动：在论坛发言，参加官方活动，向朋友推荐游戏，购买周边，撰写攻略、同人创作、Cosplay……这部分玩家数量不大，但是影响力巨大，是一款游戏生死成败的关键。他们人数越多，越活跃，游戏的知名度越高，生命周期越长。

消极者是数量众多的一般玩家，他们默默地玩一款游戏，在游戏提供的范围内，进行有限的交互，他们当中，有高付费用户，也有不付费用户。他们当中，有高忠诚度用户，也有低忠诚度用户。这个群体不是以消费额度划分的，而是他们对游戏的重视程度和情感投入度不如投入者高，影响力不如投入者大。他们交钱上线，下线走人，不大会发出什么声音。但是，他们却是一款游戏的中坚力量，是孕育投入者的土壤。就像是生物链下层对上层的关系一样，如果消极者的数量急剧减少，相应的，投入者的数量也会随之下降。

破坏规则者是游戏社会的不稳定因素。他们以破坏游戏规则为乐，同时获取利益和成就感。他们的行为包括：设计和使用外挂、利用 Bug、钻设计漏洞、盗号、诈骗、骚扰客服等。在中国的玩家当中，这个人群的比例尤其大。破坏规则者是游戏的负面力量，是游戏运营的天敌。

是游戏，就必须有游戏规则，这一点非常明确，不用赘述。

最后说说愉悦。人类玩游戏的目的就是愉悦。但是愉悦不一定只能通过奖励获得，有的时候惩罚也能带来愉悦。

譬如很多人喜欢吃辣，但事实上，人的舌头上并没有辣的感受器，辣不是一种味道，而是化学物质刺激细胞，在大脑中形成了类似于灼烧的微量刺激的感觉，也就是说，辣是一种痛。而这种痛，可以为喜欢吃辣的人带来愉悦。其实 SM（性虐恋，英文 sadomasochism 的简称）中的 M（性虐恋中受虐方的简称）所感受到的愉悦也是同样道理。

游戏是一种惩罚和奖励交织的复杂活动，奖励能带来愉悦，同样，惩罚也

能在一定程度上带来愉悦。

1.3.3.2 有规则的，能产生愉悦的活动都是游戏

人类在完成了维持和延续生命的主要任务之后，还有剩余的精力存在，这种剩余的精力的发泄，就是游戏。游戏本身并没有功利目的，游戏过程的本身就是游戏的目的。

——（英国）赫伯特·斯宾塞（Herbert Spencer）

我们已经了解了游戏三元素，那么下面就来分析一下，日常生活中常见的行为，是不是都带有游戏元素。

问：吃饭是游戏吗？

答：维持生存的那部分不是，但是获得快感、身份感以及礼仪和社交的部分则是游戏。

快感就是你遇到了爱吃的东西，怎么也停不下来，即使肚子已经很撑了，你吃下的食物的量已经从维持你生存逐渐走向威胁你生存了，你还想再吃一口。这个时候，你饮食的驱动力已经不是食欲，而是吃下喜爱食物时获得的快感。

身份感就是你到了盘古七星或者米其林三星饭店或者高档酒会，看到琳琅满目的食物，松露、鱼子酱、鹅肝、龙虾……这些东西赋予你的不只是温饱，而是奢华的身份感和高贵感，你按动拍摄键，把它们发到网上，去炫耀你的身份感，这个行为和你在网络游戏中弄了一身顶级装备在新手村跑来跑去并没有太大不同。

餐饮的礼仪和社交部分，指的是高档宴会场所中座位次序、敬酒规则、餐饮礼节和餐具使用规则等繁文缛节，如果仅从维持生存考虑，用手抓饭直至吃饱是最简单便捷的选择，礼节这种东西，本质就是一种游戏规则，严格按照餐饮礼仪就餐的行为本身，就是按照这个规则进行的一个简单游戏。怎么说呢？这个游戏的性质大概和打字游戏差不多，规则怎么说，你就怎么做便是。这个游戏最终的奖励，就是你在宴会上不出错，不出丑。

再来看看参加一场高级宴会的流程和网络游戏的任务有多相似吧！

- “你收到了请柬”：相当于在网络游戏中“接受了任务”。请柬上的时间地点以及出席要求和网络游戏的任务说明何其相似。
- “宴会要求带一个异性伴侣”：相当于在网络游戏中的“一个要求双人组队完成的任务，而且是必须和一个异性玩家组队”。
- “宴会要求穿正装”：相当于在网络游戏中“这个任务对于装备等级有要求，你需要穿着 30 级以上的装备”。

- “来到会场，进入指定座位”：相当于在网络游戏中“任务要求你前往游戏中的指定地点，从而触发下一个任务环节……”

根据这个分析方法，我们可以去尝试分析一切社会活动，其实它们或多或少，都带有一定的游戏性质。

法律就是游戏规则，庭审则是利用游戏规则进行辩论的游戏。

诗歌是一种文字游戏。无论是中国的绝句还是西方的十四行诗，都有明确的规则，按照规则把语言文字组织起来，表达一个意思，就是诗歌这个游戏的全部。

电影《刘三姐》的这个场景（图 1-7），相信大家都有印象，这就像是一个综合的大型多人在线网络游戏。什么？不相信？那就看我分析一下。



图 1-7 电影《刘三姐》的一个场景

首先，歌唱行为本身就是游戏。亚里士多德说过：“或许，仅仅是为了游戏和消遣的目的，我们才像喜爱睡眠和饮食一样喜爱音乐。”

其次，这是一种当众歌唱的表演行为，表演本身又是一个具备人际互动的角色扮演游戏。台上台下的呼应，才构成了表演的全部，只有表演者而没有观众的表现是不完整的。

再次，歌词的内容是猜谜，猜谜本身就是一种传统的智力游戏。

最后，这个场景还是两拨人通过猜谜的歌唱互相争斗的行为，这相当于网络游戏当中的 PVP（Player VS Player 的缩写，意为玩家对战）。所以说，这种赛歌其实是一个复杂的多人在线网络游戏。

我们再来看一下主流的游戏类型所对应的现实社会活动。

1. 角色扮演类游戏（Role Playing Game，简称 RPG）

角色扮演游戏，顾名思义，就是玩家将扮演游戏的主人公，在虚拟世界里，

经过一系列的活动，通过努力达成一定目的的游戏。像是《仙剑奇侠传》（图 1-8）、《最终幻想》、《暗黑破坏神》等，都是角色扮演类游戏。



图 1-8 单机 RPG 游戏《仙剑奇侠传五前传》的游戏截图

我们来看一下，现实中的哪些活动类似角色扮演游戏呢？

- **仪式、节庆、祭祀、宗教活动：**这些活动都带有角色扮演游戏的性质，都是一个人在特定的场合下，去扮演某个角色，呈现出他社会角色的某一个方面。例如一个普通的女孩，她在家庭中的角色是女儿，在社会中的角色是学生，而在妈祖祭祀的场合，她可能被选中扮演妈祖。
- **舞蹈、演奏、歌唱、戏剧：**这些则是更明显的角色扮演游戏，表演者扮演的角色，不与其社会角色发生关联，并且会经常发生变化。譬如一个演员，他在今天这出戏中扮演皇帝，可能在明天那出戏中扮演太监，无论皇帝还是太监，都和他本身无关，只是一种单纯的扮演。

2. 益智类游戏（Puzzle，简称 PUZ）和桌上类游戏（Table，简称 TAB）

如今 PUZ 游戏和 TAB 游戏基本可以混为一谈了，都是小而精的游戏的代表，例如《俄罗斯方块》、《大富翁》等。

这类游戏几乎就是把现实中的同类游戏搬到了游戏设备上，你可以和电脑玩，也可以和人玩，但是和人玩的时候，就不再像古代那样限于面对面，通过网络你可以和千里之外甚至地球另一边的人一起玩。

猜谜、拼图、填字、下棋、打牌等都是这类游戏的代表。

第 2 章

网络游戏是个虚拟社会

游戏相对的并不是认真，而是现实。

——（奥地利）弗洛伊德（Sigmund Freud）

社会是人们按照一定的行为规范、相互联系而结成的有机总体。

网络游戏是一个虚拟社会。

游戏公司则是这个虚拟社会的创造者和管理者。

社会心理学是研究个体和群体的社会心理与社会行为及其规律的一门科学。社会心理学的理论对现实社会有效，对虚拟社会同样有效。

网络游戏为什么这么受欢迎？

因为它是目前世界上，单位时间内，投入最小，获得快感最多的娱乐形式。

大多数时间收费的网络游戏，一小时的花费不超过 5 毛钱，而更多道具收费的网络游戏，只要你能捂紧钱包，就可以一分钱不花地玩上好几年，你所要支出的，只是一点上网费用而已。而正版单机游戏按照定价 80 元，以 40 小时通关计算，一小时需要 2 元钱，如果是国外的正版 X-BOX（微软出品的电视游戏机）或 PS3（索尼出品的电视游戏机）游戏，平均一个小时的花费更贵。只有电脑网络游戏，是最廉价的。

5 毛钱！只要 5 毛钱！你就可以消磨掉整整一个小时！

K 歌、看电影、抽烟、喝酒……所有一切能让人产生快感的娱乐活动，花费都要比网络游戏高很多！当然我必须严肃认真地提醒大家，这个快感不是通常所说的生理快感，而是指愉悦感、喜悦感，也就是心理学意义上的认知快感。

在网络游戏这个虚拟社会中，玩家是参与者。玩家们希望在单位时间内，

用最少的金钱投入和精力投入获得最大的快感。

而游戏公司是管理者。他们希望玩家更多地投资这个虚拟社会。无论是时间投资、金钱投资和情感投资都包括。也就是说，游戏公司希望玩家能够持续进行游戏，多多充值消费，发自内心地喜爱游戏。此外，游戏公司还需要维持虚拟社会的社会秩序，使其可持续发展。也就是让玩家少违反规则，便于管理，让整个虚拟社会秩序良好。

玩家希望少花钱多找乐子。游戏公司希望玩家常来不走，多花钱，少捣乱。归根结底，游戏公司需要操纵玩家行为，让玩家正面行为最大化，负面行为最小化。等等！这和治理一个国家有什么两样呢？国民希望少花钱就能过好日子，统治者希望国民多贡献 GDP，安安分分，不要闹事。没错！网络游戏就是一个虚拟社会。

2.1 每个网络游戏都是一次投胎

游戏不是没有目的的活动，游戏并非与实际生活没有关联。游戏是为了将来面临生活的一种准备活动。

——（德国）谷鲁斯（Karl Groos）

让我们试着对网络游戏玩家做一个切片，从中我们可以窥视到，他们在现实社会和虚拟社会中有着多么大的不同。

他，30 岁，男，游戏公司员工，无房无车无女友，即使不加班，也喜欢在公司待到深夜玩游戏。他不太讲卫生，衣服也不勤换，身上总有浓重的体味，这让公司的女同事对他敬而远之。但是他在游戏中，却是华山派最有名的大师姐：月儿。不仅等级高、装备强，而且操作一流，指挥若定，在游戏中几乎无人不知。

他，40 岁，是个洗车店老板，你可能去过他的洗车店，看到过他在小办公室中，穿着工作服，对着电脑埋头苦干的身影。像每个小业主一样，他有车有房有妻有子，过着普通得不能再普通的小日子，但是外人不会知道，他每天对着电脑，只是在玩游戏，他是一群人的带头大哥，是全服最强的人，他已经在这个游戏中花了上百万元，而且还会继续花下去。

每个网络游戏都是一次投胎，你可以扮演一个和自己完全不同的人，经历一场和现实中完全不同的人生。

2.1.1 人是社会性动物

2001 年 9 月 11 日，8 点 46 分，美国航空公司第 11 次航班，一架满载燃料

的波音 767 飞机，以大约每小时 490 英里的速度撞向世界贸易中心北楼。大楼立即失火，而飞机上的燃料倾倒入大楼，更加剧了火势，整幢大楼结构遭到毁坏。被撞击楼层以下的人员开始疏散。而相毗邻的世贸南楼的工作人员很快通知南楼的所有人员，称南楼“依然安全”，可正常运作。一些人忽略了这项广播通知逃离了大楼，一些人继续工作，还有一些人则聚集在位于南楼第 78 层和第 44 层的空中大堂，看热闹。

9 点 02 分，联合航空公司 175 次航班，另一架满载燃油的波音 767 飞机以大约每小时 590 英里的时速撞入世界贸易中心南楼 78 至 84 层处。

事后统计，在南楼的公司中，不同的公司死亡率差异很大，有些公司几乎全军覆没，而有些公司则毫发无伤。全军覆没的公司通常都是听信了广播通知，不是在继续工作就是在看热闹，而这些公司中，也有一部分人感觉到了危险，但是他们被从众心理驱使着，不好意思逃离，怕被人笑话，怕面对社会压力。而另一些公司，则是有一些人逃下楼去，其他人即使没有觉得危险，也会由于从众而跟下去，最终保全了性命。

物质是由原子组成的，社会是由人组成的。

社会心理指的是群体对个体的想法或行为产生的影响。从上面这个事例可以看出，人们为了遵从群体的行为，不惜忽视生命。

《皇帝的新衣》也是个很好的例子，每个人都看到了皇帝没穿衣服，但是每个人都不肯说出来，一来是别人不说自己也不说，二来是说出来会被别人看成是白痴，巨大的社会压力把所有人都变成了睁眼瞎。而只有天真的、尚未完全社会化的小孩子，才有勇气把这个真相说了出来。

我们上学的时候，都曾经遇到老师问这样的问题：“有哪位同学没听懂，请举手！”通常一个班级中，不大会有太多人举手。相信每个人都经历过这样的情景，自己模模糊糊有些似懂非懂，但是看到别人都不举手，自己这只手，也就没有勇气举起来。

在网络游戏这个社会，通常一个游戏世界只有几万人在线，这是一个紧凑的小型社会，小到你玩了一段时间之后，你可能就能记住绝大部分经常上线的玩家的姓名。这些名字可能比你在现实社会中认识的人还要多。

同样，一旦你做了什么违背社会规范的事情，知道它的人也可能比现实社会中更多（当然，这里面剔除了现代传媒的作用），因此，网络游戏中的社会约束力一点都不比现实社会差。唯一不同的一点是，如果你在一款网络游戏中身败名裂，你可以轻易离开这款游戏，换一个游戏或者换一个名字从头再来。

2.1.2 新名字、新人生

1999年，加州大学圣地亚哥分校的尼古拉斯·克里斯顿、大卫·菲利普和劳拉·格琳进行了一项研究。他们利用电子词典找出了所有用三个字母组成的英语单词。随后他们对整个清单进行了分析，找出了其中特别正面的词汇，比如“ACE（能手）、HUG（拥抱）、JOY（高兴）”，以及特别负面的词汇，比如“PIG（猪）、BUM（屁股）、DIE（死）”。接着他们进入了加利福尼亚州死亡证明的电子数据库，分别查看了首字母缩写比较“正面”和首字母缩写比较“负面”的人的死亡年龄。

在排除了种族、死亡年份和社会经济状况等因素后，研究人员发现：具有“正面”首字母缩写的男士平均比一般人多活了四年半，而具有“负面”首字母缩写的男士则比一般人少活了三年左右。具有“正面”首字母缩写的女士平均寿命比一般人多了三年，但具有“负面”首字母缩写的女士却没有遭遇负面效应。

研究人员表示，首字母缩写比较“负面”的人可能对自己的评价不是很高，而且可能需要忍受周围人的嘲笑以及其他一些负面的反应。另外一个事实也佐证了这个观点，那就是首字母缩写比较“负面”的人更有可能因自杀和意外等心理因素死亡。

名字是一个人在社会中的个人标记。它赋予了一个人最初的社会印记。

大多数人在一生当中，不会经常改名字，而每一次改名字，也会给人带来一些困扰，需要付出一定的社会代价。而且，每个人的名字通常是长辈赋予的，并不契合个人意志。但是在游戏中，人们可以尽情享受起名字和改名字的乐趣，也能通过名字，塑造一个完全不同的社会形象。

很多人对于自己在现实中的社会地位不满意，转而去网络的虚拟社会中，寻求平衡；也有很多人只不过对自己社会形象有些厌倦，也乐于在网络的虚拟社会中，以另一个身份较为轻松地活着。网络像个永不结束的过家家游戏，让大家可以在其中享受黄粱一梦，而网络游戏，又是这所有梦境之中最丰富、最形象、最有趣的一个美梦。

2.1.3 融入虚拟社会的人群

团体不等于个体的总和，它依照团体生活的定律而有它自己的生活。

——（美国）麦独孤（McDougall）

网络游戏和单机游戏的最大不同之处就是：网络游戏能促使人与人之间的互动，形成大量群体。

群体不是人与人之间简单叠加，群体中的个体具有一定的关联性。通常来说，群体具有以下特征。

1. 共同目标

人与人结成群体，必然有其目的。譬如网络游戏中的门派或者帮会系统，玩家加入的好处可能是可以更快升级，获得团队支持，或者在战斗中占据有利地位等。

2. 相对独立

每一个群体都独立于其他个体或群体。对于《魔兽世界》的玩家来说，“世界上最远的距离，就是你是部落，我是联盟”。部落和联盟是《魔兽世界》中两大敌对阵营，也就是两大对立群体。

3. 群体意识

在一个群体内部，群体成员通常有统一的想法或观点。例如汉服同袍群体，其中的个体有些是历史爱好者，有些是文青，有些是淘宝店主，但他们有统一的观点，就是致力于汉服的复兴。

就如同六神合体的机器人一样，群体有了统一的身体，有了明确的目的，还具有同一个思想。群体不是孤立的个体组合，而是一个超级个体，可以理解为个体的合体。

人们乐于结成群体，并自发地维持群体的存续和秩序，这是个体之间主动的协调适应的结果，没有外在的限制或命令强加于单独个体。群体能给人们带来安全感、亲和感和认同感，人们在群体中不会感到孤独，并且能获得群体的支持。人们可以从群体中获得成就和自尊，也可以获得力量和自信。

2.1.3.1 监狱实验：真实的角色扮演游戏

个人的一切行为（包括心理活动）是随其本身与所处环境条件的变化而改变的。

——（德国）库尔特·勒温（Kurt Lewin）

斯坦福大学的监狱实验可以说是心理学历史上最著名的实验之一。

1971年夏天，斯坦福大学心理学教授菲利普·津巴多（Philip Zimbardo）在大学地下室搭建了一个模拟的监狱，并且征集了24名心智正常身体健康的志愿者，每人每天可以得到15美元报酬，但是必须完成14天的实验。这些志愿者被随机分成两部分，12个人充当警察的角色，另外12个人充当囚犯的角色。实验模拟真实监狱环境，囚犯分别被“警车”押送到监狱，然后被搜身，扒光

衣服，清洗消毒，穿囚服，右脚戴脚镣。3 个人住一个小隔间，只能在走廊放风，每个人没有名字只有一个编号。充当看守的志愿者，没有进行任何培训，只是被告知可以做什么维持监狱秩序和法律的事情。看守 3 个人一组，每组工作 8 个小时，三组轮换，他们拥有一切真实狱警所拥有的权力。

随着时间的流逝，看守们开始自发地采取措施对囚犯进行“镇压”：脱光囚犯的衣服、把囚犯进行数个小时的禁闭、没收枕头和被褥、取消囚犯的进餐、强迫囚犯用手清洗马桶、进行俯卧撑或者一些没有任何意义的活动而羞辱囚犯、剥夺囚犯的睡眠、半夜把囚犯拉出来清点人数和进行各种屈辱性的活动。他们还采用了心理上的分化策略：服从管理的好囚犯会被提供特权，有更好的牢房和伙食。

在实验进行到 36 个小时的时候，一名囚犯因受到极度精神压力而出现哭泣、咒骂等各种各样的歇斯底里症状而退出了实验。在实验的第三、第四和第五天，各有一名囚犯被同意退出了实验。第五名囚犯在退出的请求被拒绝后，全身出现皮疹的症状，最终退出了实验。

在这个只持续了六天的实验中，大约有 100 多人以不同的身份接触这群囚犯，但是没有一个人提出质疑。大家都把这一场疯狂的 Cosplay 当成了真实。

这个实验，从心理学意义上得出的结论是，环境对于人的影响非常强大。

这一理论及其相关实验对于游戏业具有重大指导意义：因为游戏的本质是角色扮演。要让玩家更深地沉浸在所扮演的角色中，就需要在环境上下工夫，只有环境做到位，玩家才能够认同所扮演的角色。

这里所说的环境包括：游戏中的场景，角色造型，装备，世界观，规则，音效，特效，文字……这些越丰富，越真实，越完整，那么玩家的沉浸就越深。

画面风格写实的游戏和卡通风格游戏、抽象风格游戏相比，在环境上更真实，也就更能增加玩家的带入感。贴近现实生活或历史事件的游戏，在某些程度上呼应了人们对现实的认知，比空想和科幻背景的游戏更能增加玩家的代入感。同理，一款三国题材的游戏比一款西方奇幻题材的游戏，更能够让中国玩家沉浸其中。

世界观对于网络游戏玩家的意义，不只是故事背景那么简单，它是角色扮演的一部分。良好而完整的世界观，更能让玩家感觉到网络游戏这个虚拟世界的真实。

最重要的一点是：网络游戏玩家与玩家之间，互相构成环境。在全体玩家当中，投入的玩家的比例越高，则环境越真实。也就是说，玩家越认真，游戏越好玩。这就像我们在现实中玩杀人游戏一样，大家越是认真，越是煞有介事，

游戏就越好玩。如果所有参与者都敷衍了事，三心二意，则这个游戏就会显得无聊。

任何脱离游戏世界的元素，都会破坏这个真实的环境。例如植入广告，类似在奇幻背景的游戏中出现可口可乐的广告。又如非游戏内容的对话或文字，譬如通知玩家服务器停机维护时间等。这些对于沉浸在游戏当中的玩家来说，无异于心灵的噪音。所以，我们要尽量减少游戏外的信息对游戏环境的破坏，植入广告可以有，但最好和游戏题材内容相契合，武侠题材的游戏植入酒类或零食的广告问题不大，但是数码产品的广告就明显不合适。类似抽奖、维护、合服等运营信息，可以根据需要通过纸条发送或者在玩家上下线、Loading 的时候出现，尽可能不要在玩家游戏过程中跳出，以免骚扰到玩家的沉浸感。

2.1.3.2 群体操控术

群体和个体相比，能够产生的能量巨大，也更容易操控。

群体具有“一高两低”的特征。

第一是想象力高。

群体的想象力高，最明显的体现就是谣言在群体中的传播。

$$\text{谣言} = (\text{事件的}) \text{重要性} \times (\text{事件的}) \text{模糊性}$$

其中这个模糊性，就是诱发想象力的关键，当一个个体遇到模糊的事实的时候，他必然会去脑补一些内容，但是由于没有人呼应和印证这些内容，他可能只会把这些想法存于内心，不会扩散开来。但是，如果人们处于群体中，一旦有人把脑补的内容说了出来，就会形成一呼百应的效果，更多的人，会脑补更多的细节，谣言就这样诞生了。

在微博上，很多造谣者只是稍稍把正规新闻的标题修改一个字，或者删除几个字，人为地创造出模糊性，就能达到暗示出另外一个意思的目的。很多网民并不点开链接追求真相，而是就拿 140 字进行脑补，成为传播谣言的帮凶。

第二是智力低。

人都是懒惰的，一旦处于群体之中，就会产生天塌下来有高个子顶着的心里，对于各种事物，懒得自己开动脑筋进行分析判断，更喜欢接受其他人的判断结果。表现出智力明显降低的现象。

还是用网络上的谣言做例子，很多谣言不仅事实不清，而且逻辑不清，其中经常存在着各种硬伤，只要稍稍加以分辨，就能识破。但是很多人并不进行这样的分析判断，只是看着朋友转了，自己就随手一转，或者是整个转发串中其他人的评论认为这条可信，自己也就认为这条可信。人们在群体中，更倾向于不质疑权威，也不会去质疑多数人的意见，就好像把自己的智商拱手交给了

群体中那些最活跃的人。

第三是理性低。

人们在群体中，更多用眼、用耳不用脑，看别人的听别人的，被别人牵着鼻子走。

因为名人或者自己的朋友支持这种观点，自己也会无条件支持，不加自己的理性判断，认为只要是名人说的就没错，认为媒体说的就没错，认为所有人都在做的，就一定是对的，在信息的大潮中随波逐流，放任自己的理性沉到水底。很多群体性事件，正是因为群体中的个体失去了理性而导致的。

群体的这些特征，在现实社会和虚拟社会中是一样的：冲动、急躁、易变、轻信、单纯、偏执。

但是，从另一个角度去看，群体比个体更容易控制。而且操控 1 个群体等于操控 N 个人，批量处理，效率更高。

在现实社会和虚拟社会中操控群体的方法是一样的，一般有三个步骤：断言、重复、传染。

1. 做出简洁有力的断言，不提供推理和证据，反而有一种毋庸置疑的气势
一般有一个口号，它只是一个判断，没有证据和理由，证据和理由看上去越贫乏，它就越有威力。

譬如，《某某》是单机游戏神作！这就是一句断言。没有解释开发团队怎样怎样，引擎怎样怎样，投资怎样怎样，画面怎样怎样，公司多么有实力，因为内容越多，断言的效果越差，“不解释”带来的冷艳高贵很容易征服一大票盲目而无知的小白用户。

2. 谎言重复千遍就可能变成真理

有了断言以后就是不断重复这句断言，一个字都不差：《某某》是单机游戏神作！不只说“游戏”而没说“单机”，也不说“巨作”或是“大作”，更不加“之一”。像复读机一样反复重复一模一样的话，有时候具有洗脑作用，可能会激起一种宗教般的热情，带动一群疯狂的教徒为之传教。

3. 反复重复的断言形成所谓的流行意见，强大的传染过程于此启动

当断言传播到一定规模，就具备了一种无可置疑的力量，这个时候，任何理智的、反对的声音都会被淹没在流行意见的汪洋大海之中。

当一个人周围的人都在传播所谓的“流行意见”的时候，即使这个人十分聪明睿智，也很难不屈从在强大的群体压力之下。

传染启动的临界点是 18%~20%，也就是一个群体中，哪怕是在最松散群

体中，只要有 20% 的人被感染，那么整个群体会迅速被传染。

很多群体性事件都能证明这一点。

2009 年 6 月 2 日，在重庆百胜镇近 5 万农户中流传一则谣言：“超生子女家庭不缴或缴不起罚款，银行存款都会被政府冻结，直接划走。”结果三天内，有几百户农户从银行取走现金 200 多万元，从而引发挤兑风暴。重庆地区超生率 5%，这一地区约有 2500 超生户，最开始提款而引发挤兑的农户数量是几百户，刚好是超生农户的 20% 左右。

2.1.3.3 群体的聚散

一位石油大亨到天堂去参加会议，一进会议室发现已经座无虚席，没有地方落座，于是他灵机一动，喊了一声：“地狱里发现石油了！”这一喊不要紧，天堂里的石油大亨们纷纷向地狱跑去，很快，天堂里就只剩下那位后来的了。这时，这位大亨心想，大家都跑了过去，莫非地狱里真的发现石油了？于是，他也急匆匆地向地狱跑去。

人类一旦融入群体，智商就会随着群体的平均智商而变化，如果你加入了一个高智商群体，那你很幸运，你可能会在这些聪明人的引领下，做出睿智的判断。但是，很多情况下，你加入的是一个平均智商比你低的群体，这时候，你很有可能被这个群体中最弱智的一群人牵着鼻子走。群体规模越大，这种现象越明显。

经济学家汤姆斯·谢林（Thomas Schelling）做过这样一个实验。实验使用了一副国际象棋的棋盘和一把硬币。棋盘上的正方形代表房子，硬币则用来代表人：深色硬币代表黑人，浅色硬币代表白人。一开始，他把硬币随意摆放到棋盘的格子上，深浅硬币随机混合，数量相当，组成了一幅黑白完全融合的社会图像。假设每个人都非常乐意与其他种族的成员做邻居，但是也会避免让自己成为极少数群体的一分子。所有人都会留在原先住的地方，除非他们发现左右舍的同一种族已经变成了一个极少数的群体，占整个社区的比例不到 30%，他就会随机移动到旁边任意一个格子里。按照这个规则，经过一系列的移动，最终结果发现，那些硬币最终还是分离到完全不同的区域，黑人与黑人聚居在一起，白人与白人聚居在一起，泾渭分明。

从人类还是类人猿开始，就过着群居生活，这种生活模式也已经固化到人类基因当中，人总是倾向于和与自己具有共同点的人群结为群体，人们害怕孤独，需要从同伴中找到认同。

由此，可以总结出如何防范群体性事件的方法。

关于群体性事件的定义，我不想引用带有政治色彩的官方概念，我个人给

它下一个简单的定义，那就是：

临时形成的群体+大规模聚集+表达一个诉求+对社会具有负面影响
符合这四条，基本上就属于群体性事件了。

群体性事件在现实中有很多，随便打开任何一个媒体的社会新闻版块经常能看到，在大型网络游戏中也屡见不鲜。

网络游戏中的群体事件和现实中不同，有二次元和三次元两种表现形式。所谓“二次元”从狭义上讲，指的是动漫游戏（ACG）。从广义上讲则可以扩展到整个虚拟社会。所谓三次元是指现实社会。网络游戏中的群体事件，二次元的表现形式是在网络游戏中，表现为大量玩家在一个地点聚集，摆出同样的姿势，或者用同样的文字刷屏，穿同样的装备排队站立，甚至是把道具丢在地上摆出图案等。而三次元的表现形式，则和真实社会的群体性事件相同，表现为在特定地点（通常和游戏公司、游戏展会有关）集会、游行以及打起标语示威等。

上一节我们提到，操控一个群体一般有断言、重复、传染三个步骤。同样，让一个群体不要做某件事情，就要打破断言、重复、传染三个步骤。

首先，在网络游戏这个虚拟社会中，尽可能不要让一个负面消息成为断言，当一个负面消息出现后，需要用更多的正面消息去破坏他的权威性，这种破坏需要更多的证据来支持，要显得比负面消息权威，但是不要针对负面消息去解释，那样容易引起反弹，只要让自己显得更可信、更权威即可。

切断负面消息的重复渠道。在网络游戏中，关键词过滤是个很好的选择，不允许发布重复的内容，删除已经发布的内容，就像救火一样，把火源逐个消灭。

防治传染病，要从传染源、传染途径和易感人群入手。防止谣言的传染，也是同样。首先要严惩造谣者或者群体性事件的核心发动人员，把它们剔除出虚拟世界或者把它们和群体其他成员隔离开，让他们的声音和行为不被其他人员感受到，同时，对其他所有人发布正面信息，以清除他们受到的谣言的影响。

譬如，当一个玩家在游戏论坛中发布不利于游戏的言论时，最好的方法不是删帖或者将他踢出，而是让他的帖子沉下去，或者将他的帖子转到一个没有人氣的频道，甚至通过技术手段，让其他人看不到他的言论内容但是他自己却不知道。简单粗暴的删帖甚至踢人容易引来更大的反弹，而让他这样无声无息地感受不到他人的反馈和认同，才是对他最大的打击，这会让他对自己的观点和行为产生怀疑，从而放弃它们。

2.2 虚拟社会是什么

个体的、隐私的、分割知识的、应用知识的、观点的、专门化目标的时代，已经被一个马赛克世界的全局意识所取代。

——（加拿大）麦克卢汉（McLuhan）

电视取代了书籍，网络取代了一切！

电视挤压了电影和戏剧，游戏挤压了一切！

网络是人类发明的最有力的传播工具，网络相对于电视、广播、出版，相当于飞机相对于地面上的一切交通工具。

人类在计算机网络中展开活动而形成的社会关系体系称为虚拟社会。

虚拟社会关系是基于虚拟空间里的交往而产生、发展来的一种社会关系状态。

单机游戏的本质是角色扮演，而网络游戏则会形成“角色丛”。

角色丛是处在某一特定社会地位的人们相互之间所形成的各种角色关系的总和。

从玩家进入一个网络游戏开始，他就在编织这样一个社会网络，这个网络越庞大，越复杂，互相之间纠结越深，玩家的沉淀就越彻底。这个网络是用玩家的时间、精力和情感编织而成的，几乎可以说是玩家生命的烙印。

对于任何网络游戏来说，这才是最宝贵的财富，是网络游戏的灵魂。我们开发一款网络游戏，只是开发了一个躯壳，网络游戏的灵魂，是玩家一点一点用虚拟社会关系浇筑出来的。

2.2.1 虚拟社会四大特性

在互联网上，没有人知道你是一条狗

——（美国）彼得·施泰纳（Peter Steiner）

1. 匿名性

匿名性是虚拟社会最基本的特性之一。

在网络游戏中，别人看到的，只是你的一个 ID 加上等级、金钱、装备等一些数值构成的你，你的性别、年龄、身份、住址都被隐匿。人们通过你在游戏中取得的成就赋予你游戏中的社会地位，通过你在游戏中的聊天、组队等交互行为判断你的性格，人们在游戏中对你形成的印象，和你在现实生活中有很大不同。

《剑侠情缘网络版3》被称为人妖最多的游戏，所谓人妖，就是现实社会中的男性玩家，在游戏中扮演女性角色。当然女玩家扮演男性角色有时也被称为人妖，不过不太普遍。这种性别转换在现实社会中是要付出很大代价的，但是在网络游戏中却没有什么成本。当了人妖之后，可以享受用另一种性别和人交流的乐趣，在游戏的结婚系统中成为别人的妻子，这些都是一种新奇的体验。毕竟，我们无法通过游戏中女性角色的美丽外表，去判断坐在键盘前的，是不是一个抠脚大汉。

2. 超地域性

超地域性也就是我们通常所说的地球村的概念。

加拿大传播学家 M.麦克卢汉 1967 年在他的《理解媒介：人的延伸》一书中首次提出了地球村的概念。地球村是指随着广播、电视和其他电子媒介的出现，人与人之间的时空距离骤然缩短，整个世界紧缩成一个“村落”。地球村的出现打破了传统的时空观念，使人们与外界乃至整个世界的联系更为紧密，人类变得相互间更加了解了。

虽然广播和电视大大延展了人类的交往空间，但是互联网的出现和普及，才真正让世界变成了一个地球村。网络把世界分割得支离破碎，国境线被涂掉了，取而代之的是一系列网络虚拟社会构成的庞大“国家”。

QQ：活跃账户数已达到 7.519 亿，最高同时在线 1.674 亿。

新浪微博：用户数超过 5 亿。

Facebook：用户数突破 10 亿。

twitter：用户数超过 5 亿。

魔兽世界：用户数超过 1000 万。

淘宝/支付宝：用户数超过 5 亿。

腾讯微信：用户数超过 6 亿。

这些虚拟社会的泱泱大国用户分布各不相同，有的人口遍及全球各个国家，有的则是以一个国家为主，向周边辐射。但不管怎样，它们都突破了现实国界的框框，成为一个个小小的联合国。我们每一个人，都可以同时加入多个虚拟社会，不再被签证和边检所束缚。

3. 间断性

间断性是虚拟社会的另一个重要特征。

在现实社会，拥有多重国籍或者更改国籍在任何国家都不是一件容易的事情。但在虚拟社会中则非常容易，我们每个人都在无数游戏、社区、电商当中拥

有很多很多账号和昵称,即使在一个特定虚拟社会中,拥有多个账号也非常容易。

人不能脱离现实社会存在,但是我们可以随时随地进入一个虚拟社会,也可以随时随地退出。

4. 简化性

虚拟社会是在一定程度上对现实社会的模拟,加上参与者的想象力而形成的,本质上是一种过家家。

虚拟社会存在的本质是娱乐,或者说是游戏,因此它必须剔除现实社会中那些不太有趣的部分,保留并发扬光大那些有趣的、受欢迎的、容易引起人们快感的部分。所以就不能完全真实地模拟现实社会,而必须对现实社会有所取舍。因而它必然是简化的。

《模拟人生》(SIMS)系列游戏(图2-1)是一套美国艺电公司(Electronic Arts, EA)发行的模拟普通人生活的电脑游戏。该系列游戏已在全球卖出了超过一亿套,这使它成为了电子游戏史上最畅销的游戏。这套游戏可以说是迄今为止对现实社会模拟最全面的游戏,玩家可以在这个游戏中做大量和现实社会中一模一样的行为,包括排泄、性交和死亡,但是它依然比现实社会简单得多。我们还注意到一个问题,除了它之外,全球几乎没有第二款和它类似且齐名的游戏。那是因为,现实社会就是这个样子,虚拟社会对它的模拟越完善,就越难做出差异,产品的数量也就越稀少。



图 2-1 《模拟人生》截图

而另一类游戏叫作 HGAME,又称为十八禁游戏,通常是带有大量色情内容的、游戏操作和系统比较简单的游戏。这类游戏对现实社会的模拟极为单薄,基本上都是以性作为主要内容,加上简单的对话、对话选择分支和道具赠送等简单的游戏内容,只需点击鼠标左键即可完成。大部分 2D 的 HGAME 的画面都由简单的背景图片加上角色立绘加上文字构成。这种对现实社会极为抽象的虚拟,却赋予了这类产品极大的生存空间,仅仅是日本一个国家, HGAME 最

盛行的时候，每月都有十几甚至几十款 HGAME 推出（图 2-2）。



图 2-2 某 HGAME 截图

2.2.2 虚拟社会的社会关系

早在 20 世纪 60 年代，哈佛大学的社会心理学家米尔格拉姆（Stanley Milgram）就设计了一个连锁信件实验。他将一套连锁信件随机发送给居住在内布拉斯加州奥马哈的 160 个人，信中放了一个波士顿股票经纪人的名字，信中要求每个收信人将这封信寄给自己认为比较接近那个股票经纪人的朋友。朋友收信后照此办理。最终，大部分信在经过五六个步骤后都抵达了该股票经纪人。六度分割的概念由此而来。

2011 年，Facebook 与米兰大学的一项基于 Facebook 好友关系的研究证明，在 Facebook 上，任何两个陌生人要建立联系，平均所需的中转联系人并非 6 个，而是 4.74 个。但是这里的“好友”概念遭到了质疑，因为这种社交网络上的所谓好友，相当一部分只是因为一次点击而促成的，之后再无交集，互相也想不起对方是谁。

虚拟社会的社会关系就是这样，看上去繁花似锦，但实际上却像是水中之花，必须仔细分辨哪些是香花，哪些是倒影。

虚拟社会的社会关系通常进展迅速，关系质量高，互相之间的吸引力强。这是虚拟社会的匿名性和简化性决定的。虚拟社会的社会关系经常表现为一见钟情的性质，两个人在某个方面取得了一致，便能迅速发展出亲密关系。由于没有现实社会的种种顾虑，所以这种关系一旦建立起来就非常紧密。人们在虚拟社会中，总是会隐藏自己的缺点，彰显自己的优点，这样一来，大多数人在网上都比在现实中更有吸引力，所以，在虚拟社会联结的社会关系就更为牢固。

但是，虚拟社会的社会关系，如果不能过渡到现实接触，便很难长久。这种现实接触并不仅仅是见面，也包括通电话，互赠物品，甚至是语音聊天。大

多数虚拟关系，如果长时间不知道对方的匿名性背后的真实一面，就很容易产生不信任感，从而难以进一步发展，久而久之，便流于淡漠，成为路人。

虚拟社会的社会关系，层次和范围更加广泛。现实社会中，由于社会阶层和地域的限制，人们大多数都只能和与自己社会地位相匹配的人，以及地理位置相接近的人交往。但是在网络中、影迷和明星、中学生和部长、小透明和千万粉丝的大 V、小学生和大学者互粉，是很常见的事情。这种互粉也就是 Facebook 实验中所认定的“好友”，虽然这种“好友”通常只是倾盖如故后便相忘于江湖了。但不管怎么说，这种打破了社会阶层的社会关系，在现实社会是很难做到的。

很多人，即使在同一个虚拟社会中，也表现出双重人格的特性，譬如很多人在微博中有两个号，其中一个 是给现实中认识的人看的，如亲戚朋友，七大姑八大姨等，这个号多半会表现出和其现实形象相符的特征，经常出现签到、发布饮食图片等内容。而另一个号则是为虚拟社会中的伙伴准备的，表现出其在现实社会中不会出现的另一面，比如特殊的爱好、发牢骚表达不满等。很多人分别戏称之为“三次元号”和“二次元号”。

2.2.3 虚拟社会的表现形式

互联网并不等于虚拟社会，人们只有通过互联网建立起社会联系，形成社会群体之后，才形成了虚拟社会。

虚拟社会有很多不同的表现形式，从最简单的邮件，到最复杂的大型多人在线网络游戏，都是虚拟社会的不同表现形式。不同的虚拟社会有不同的内容表现和交互模式，也有对应的现实社会的社会元素，它们都有侧重点地虚拟了现实社会的一个部分，如表 2-1 所示。

表 2-1 虚拟社会的不同表现形式

类别	内容表现	交互模式	相当于现实社会的社会元素
邮件	文字及文件	点对点，单线	邮政电信系统
BBS	文字及图片	点对点，多线	公告板、聚会
个人主页、博客	文字、图片、语音、视频	单对多	沙龙、店铺
电子商务	文字、图片、商品交易	单对多	店铺、交易所
聊天室、即时通信、社区	文字、图片、语音、视频	网状	社会团体，社区
MUD 游戏、网络游戏	视觉内容为主	网状	社会团体、社区、社会

从中我们可以看到，虚拟社会的内容表现越丰富，交互模式越复杂，吸引力就越大，越容易让人沉迷。

2.3 虚拟社会是玩家的第二生命

心流(flow)是一种全神贯注的状态,你有着明确的目标和直接的反馈,你感觉不到时间的流逝,你甚至丧失了自己的社会意识,你情不自禁,你不再害怕尴尬,你找到了合适的平衡点:这挑战足以让你成长,又不会难得让你必然失败。从事这种活动本身就是一种奖励,外部的奖励已经不是必需。

——(匈牙利)米哈里·齐克森米哈里(Mihaly Csikszentmihalyi)

米哈里的这段话,说的几乎就是玩家沉迷在游戏中的状态。

2.3.1 社会化障碍的网络游戏疗法

正因为有了 CONTINUE,
我们才可以挑战永恒。
当美好即将落幕,
CONTINUE 是黑暗中,
徐徐伸来的一盏灯。
当乐声再起,
激战重生,
方才的败绩不过是,
历史中一个小小的暂停。
当视域的隧道,
重又隔绝晨昏于,
心手之外。
唯 CONTINUE 不停,
在声与光的战役中,
印刷着梦境。

——王世颖《CONTINUE》

人们为什么喜欢虚拟社会?除了我们前面讲到过的种种特征之外,还很重要的一点,就是虚拟社会可以实现双重社会化,让人仿佛可以无限多次投胎,无限多次经历不同的人生。

社会化指的是由自然人到社会人的转变过程,是一个人内化社会价值标准、

学习社会角色技能、适应社会生活的过程，这是人类社会交往的基础。人类会主动地进行社会化，而这种社会化过程，可以贯穿人的一生。

社会化在人的幼年和青少年时期尤其重要，如果在这个时期没有经历充分的社会化，会对于人的一生产生至关重要的影响。

网络游戏的积极意义之一是有助于玩家的社会化。虽然网络游戏主要的用户群是青少年，这个年龄段的人群已经经过了幼年最初的社会化阶段，但是网络游戏这一虚拟社会，还是会对玩家的进一步社会化起到一定的促进作用。

我多年以来在游戏行业都身兼招聘面试工作，能够很明显地感觉到，玩网络游戏超过2年的人，比完全不玩网络游戏的人，社会化程度明显较高。在这一点上，应届生表现尤为明显。大多数应届毕业生或多或少地存在一些社会化障碍。

说到人的社会化，我们先来看看狗的社会化。

狗是地球上唯一需要进行双重社会化的生物，它需要融入狗的社会和人的社会。

融入狗的社会比较简单，跟其他犬科生物没什么两样，基本上包括性别认知、族群繁衍，以及阶级排序方面，经常看动物世界一类电视节目的人应该都知道。

狗融入人类社会则比较有趣，当一只幼犬进入一个家庭，它通常会在短短一两个月内给自己定位：我是谁？是用来宠的宠物？还是小奴仆？是出气筒？或者是劳动力？定位之后，它便可以迅速调整自己的态度——是对家中“两只脚的奴隶”颐指气使，不断试探作威作福的底线？还是低眉顺眼，夹着尾巴做狗？再之后，大约1岁之前，狗便学会排定人类社会的“阶级”，包括家中谁最有权威，谁是最底层，自己排什么位置。也包括家庭以外的社会上，哪些阶层的社会地位较低。很多狗都有歧视拾荒者的行为，这就是俗语所说的“狗眼看人低”，这说明它们也非常清楚在人类社会中的，人们的社会地位排序。

在这个过程中，狗也会走一些弯路，譬如一开始它会根据体型大小或声音的音质而区分人的地位，但是，不久之后，狗会迅速根据人与人之间的行为和态度，去调整自己一开始的判断，使之最终基本符合正确的人类社会排序。譬如一只狗刚进入一个家庭的时候，通常会对身材高大，声音低沉的男主人比较畏惧，但是听过几次女主人的河东狮吼之后，它会很快改变态度，去讨好女主人。

说了这么多狗的社会化，其实无非就是想说明，人的社会化也不过就是这样两个层次，浅层的就是基本的生物性社会化，这是在婴儿期形成的，这个阶段发生障碍的最有名的例子就是“狼孩”。深层的社会化往大里说，就是价值观、人生观形成，说白了就是能适应社会，在社会上更好地生存，这是在青少年时期形成的，正好跟网络游戏主流用户的年龄吻合。这个阶段如果发生障碍，我

想最好的例子就是杀警的杨佳了吧！杨佳有道德，守秩序，尊重法律，可惜他完全不明白如何和人相处。杨佳爱旅游，可惜旅游对增进他社会化没有太多益处，如果他爱网络游戏的话，可能悲剧就不会发生了。

我这里要谈的，当然是后一层次的社会化，而且，在这个大帽子下，我只想谈其中的一个小方面，就是团队协作和求助，再说白一点，就是团队内的我为人人，人人为我。看到这里，常玩网络游戏的人应该明白了，什么组队啊，副本啊，战场啊，训练啊，不就是这个吗？血牛就要不顾一切往前冲，法师就要加血放魔法，大家配合才能取得胜利。这个原则，玩网络游戏的人都知道，因此网络游戏玩家到了工作岗位或者其他现实中的团队里，能迅速划分出团队内每个人的角色和位置，并找准自己的位置，他们懂得给别人协助，在遇到困难的时候也懂得求助，他们能较快融入团队，并懂得以结果为导向做事情，也能很好地跟他人沟通交流。

近两年，很多应届毕业生在社会化的这个方面表现出了较多障碍，究其原因，应该是前些年在中小学如火如荼开展的所谓以“我能行！”为核心的素质教育，这种教育把孩子教育成了疏离社会、价值观扭曲的自大狂——只要努力，就能成功！只要有进步，我就是最好的！可惜，现实社会不是心灵鸡汤，这些孩子走出校园，走向社会，不可避免地会碰壁，两种价值观冲突的结果，就是造就了大量社会化障碍的族群。

在团队协作和求助方面的社会化障碍，主要表现为对团队和环境的漠视和疏离，不能融入团队，不能很好地进行团队内的沟通和交流，不会主动体察团队其他人员的需求并予以帮助。反过来，当自身需要团队协助的时候，也不会开口求助。

这方面极端的例子就是 CCTV5 实习女记者夏子（化名）在周围有 10 余人的场合下冻死在北京郊区的事件，每次跟非驴友谈起这件事，总能看到他们下巴掉在地上的惊讶表情。抛开这一事件其他因素不谈（这个其他因素就是心理学上的“群体漠视”），单说夏子自己的行为，就表现出了强烈的社会化障碍。冻死（低体温症死亡）是有一个过程的，发展到夏子被队友关注时的“神志不清，言语含糊”阶段之前，夏子一定经历了一个较长时间的颤抖、手不听使唤、步伐不稳的阶段，这个阶段是很痛苦的，但她没有对任何队友求助，也许是因为好面子，也许是因为逞强。死者已矣，没有人知道她当时的心态，但是很明显，社会化障碍让她付出了生命的代价。如果夏子是个资深女玩家，她一定会有在游戏中遇到困难求助的经历，一定有向其他玩家要道具、要礼物的经历，一定有求别人带自己打怪做任务的经历……有了这些经历，当她遇到手不听使唤、步伐不稳的状况，一定会大声说出来，要求加血、回蓝，也许这样，她就能保

住自己如花的青春。

网络游戏就像是一种社会生活的实习，能教会我们的孩子如何面对社会。在网络游戏中，即使失败了也可推翻重来，但真实的生命没有再度 LOGIN 的机会。

2.3.2 人们为什么喜爱虚拟社会

薛蛮子对自己的粉丝数量一向自得，有个细节是，今年年初，他参加朋友新书的签售会，结果被保安挡在门外，他颇为不满，大声说道：“我是薛蛮子，我有 987 万粉丝，让我进去。”

——王石川《谁把薛蛮子推上了“皇帝宝座”？》

人们为什么喜爱虚拟社会？

一个首要的原因就是，虚拟社会的人际交往比现实社会更自由、更轻松。很多人由于找不到志趣相投的现实同伴、没有时间参加社会活动、缺乏归属感等情况而感到孤独，因此转向虚拟交往。

虚拟社会可以让人们克服孤独。虚拟社会把世界变成了地球村，无论你有什么特殊的兴趣爱好，都能通过网络找到和你一样的人，这种感觉很美妙，它让你不再孤单。我们在百度贴吧里面，可以找到慕残吧、太监吧、尿裤子吧等一般人不太理解的同好聚集的贴吧，如果没有虚拟社会，他们这种特殊的爱好，可能一辈子都不会宣之于口。但是在虚拟社会中，他们只要动动鼠标，稍稍搜索一下，很容易就能在茫茫人海中找到和自己爱好相似的人。

虚拟世界的大门随时向你开放，进出自由。利用手机这样的随身终端，随时随地利用碎片时间都能进行虚拟交往，方便又快捷。有些人由于外貌没有吸引力、容易害羞、焦虑等生理个性特点在现实社会中很难有交往机会，由于虚拟社会的匿名性和异步性，这些弱点可以消失遁形。

另一方面，人们还有尊重的需求。很多在现实社会无法获得足够尊重的人，会转向虚拟社会寻求尊重，这就促使了很多“网络名人”的诞生。自尊必须依附于他人的尊重，才能长久地存在，那些粉丝数字，那些点击量，就成了某些人维持他人尊重的法宝。一个在现实中没有任何权力的人，在虚拟社会中也有机会很容易地获得权力，譬如在网络游戏当中成为公会、家族、帮派的领导者，要比在现实社会中升任部门经理容易很多。

虚拟社会可以让人们更完美、更充分地发挥自己的潜在能力，成为自己所期望的人物。这是一种创造的需要。有自我实现需要的人，似乎在竭尽所能，

展现自己优秀的一面，隐藏自己的弱点，使自己趋于完美。

现实的人生已经千疮百孔，人们不得不去虚拟社会寻找力量和慰藉，而虚拟社会，也时刻敞开着自己温暖的怀抱，迎接着每一个来自现实社会的人们，为他们疗伤，为他们送去爱与美，尽管这些都不那么真实。

2.3.3 虚拟社会等于理想社会吗

没有人会希望创造出一个地狱。虚拟社会只可能比现实社会更接近天堂！

虚拟社会出现了，发展了，繁荣了，越来越大，越来越丰富了，人们爱它，越来越离不开它，只能说明，虚拟社会比现实社会更好。

表 2-2 就是从社会心理学角度，对虚拟社会和现实社会做了一个全面对比。

表 2-2 现实社会与虚拟社会的对比

	从众	服从	传播	攻击	喜爱	偏见	利他	漠视
现实社会	强	强	弱	效果强	略弱	略强	弱	强
虚拟社会	弱	弱	强	行为多	略强	略弱	强	弱

从众：从众指的是个人受到外界人群行为的影响，而在自己的知觉、判断、认识上表现出符合于公众舆论或多数人的行为。从众是人类的一种非理性行为，很经典的一个例子就是，一个人流鼻血了，在街头仰起头来，看上去像是在仰望什么，而其他看到他的样子，也跟着去仰望，于是人越聚越多……在虚拟社会中，由于信息传达渠道的弱化和对网络上的陌生人的不信任感，从众现象要比现实中弱很多。从众的产生，主要是因为群体压力，而虚拟社会中，群体成员之间无法面对面地交流，因此压力就会大大减轻，从众现象也就不那么容易发生了。

服从：服从是指个体在社会要求、群体规范或他人意志的压力下，被迫产生的符合他人或规范要求的行为。网络本来就是挑战权威、彰显个性的舞台，服从这种行为比现实中之要少得多。此外，服从和从众同理，要让人们感受到权威，才能产生。而权威必须从视觉、听觉、嗅觉、触觉等全方位让人们感受到，而大多数虚拟社会，真实影像的视觉信号出现的都不多，嗅觉和触觉信号完全不可能，所以权威的形象也会被大大削弱。

传播：传播是人与人之间、人与社会之间，通过有意义的符号进行信息传递、信息接受或信息反馈活动的总称。一个谣言，在现实社会中传播起来，可能需要以天为单位，但是在虚拟社会中，则是以小时甚至以分钟为单位，传播的广度也更广。当然，有利的信息，或者是正能量的传播，在虚拟社会中同样比现实社会中快得多，覆盖面也大得多。

攻击：攻击指的是有意伤害别人且不为社会规范所允许的行为。现实中的攻击，自然对人、对社会危害更大，属于小人动手。而网络中的攻击则多数仅限于君子动口。但是，在虚拟社会中攻击行为和攻击途径却很多，除了常见的人身攻击之外，暴露他人隐私、骚扰等行为也非常常见。

喜爱：喜爱指的是人们对某人或事物有好感或者产生兴趣。人与人要建立亲密的关系，就要不断地自我暴露，这是一种常见社交技巧。在现实社会中，人们出于维护自己社会形象或者自我保护的目的，不大愿意在陌生人面前自我暴露。但是在虚拟社会中，网络另一端的人不知道你是谁，藏在屏幕后面的人们，更容易暴露出自己不为人知的一面。除此之外，虚拟社会通过网络传达的信息是不完整的，甚至有可能是不真实的。通常，在人们交往过程中，大家都会把自己好的一面展现给别人看，没展现出的一面，对方会根据你已经展现的水平进行脑补，更容易对他人产生更好的、更完美的印象。例如微博当中的很多营销账号，喜欢用一个女性的名字和美女的头像，这样很容易让听众脑补出一个美女来，对于增加粉丝非常有帮助。

偏见：偏见是根据一定表象或虚假的信息相互做出判断，从而出现判断失误或判断本身与判断对象的真实情况不相符合现象。现实社会容易让人因第一印象而产生偏见，而在虚拟社会中，我们更容易通过搜索引擎搜集到大量信息，全方位、立体地去了解一个人，更容易参考大多数人的意见，对于修正偏见会有一定帮助。

利他：利他行为是指为了使别人获得方便与利益，而不图回报地助人为乐的行为。这种行为出于自觉自愿，是一种有益于社会的行为。互联网从诞生之初，就是建立在利他性的基础之上的：免费的邮箱、免费的资源分享、免费的问题解答……在互联网诞生最初的那几年，几乎所有的网上资源都是免费的。直到今天，我们依然能够在网上找到浩如烟海的免费资源，这在现实社会中，几乎是不可想象的。看到这里，你就应该能明白，虚拟社会里人们的利他动机有多强烈。

漠视：漠视指的是对他人或自己的存在、价值和能力表示轻视、无视甚至否定的言行和态度。你每天等车的那个车站，都有一个残疾人在卖报，从不看报的你，可能从来没有照顾过他的生意，甚至都没有留意到他是残疾人。直到有一天，这个残疾人的照片登上了某大V微博，上万人转发帮扩散，很多人留言说要去看看，第二天你再度来到车站，很可能就会买一份报纸。现实世界五光十色，人们很难聚焦在自己不关注的事情上面，自然而然就形成了漠视，但是虚拟社会更为简略，让人很容易聚焦，所以漠视的情形会减少很多。此外，在网络社会中做到“不漠视”非常简单：“随手转发正能量”和“帮扩散”就可以，这要比“扶老太太过马路”和“给盲人带路”简单得多，也更容易做到。

从这些对比可以看出，虚拟社会样样都比现实社会好，简直就是一个完美世界！

2.3.4 虚拟社会的恐怖谷

前面提到过的《模拟人生》(SIMS) 系列游戏，用小说或影视来类比的话，可以说是一款“生活流”游戏。它只是模拟了人生，并没有模拟社会。如果把现实社会的社会与经济状况，都平移游戏中，会是一个什么样的情形呢？

这个问题让我不禁回想起 2006 到 2007 年那段时间《第二人生》(Second Life) 爆红的情景了 (图 2-3)。

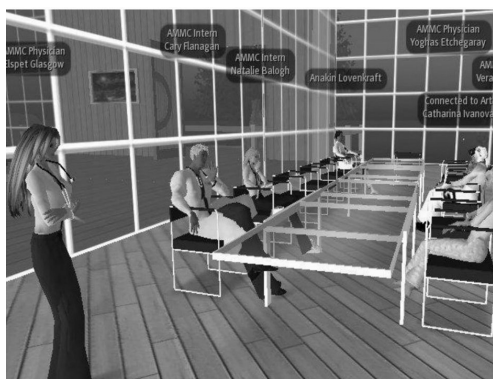


图 2-3 《第二人生》截图

那一年前后，跟我说要开发中国的《第二人生》的公司或团队，没有 10 个也有 8 个。尤其是那些所谓的团队 Web 2.0，一听说我是做游戏的，纷纷拍着小翅膀搬过来，跟我讨论这个游戏，哦！不！他们管它叫“3D 虚拟社区”，叫 Web 2.0，不叫游戏。不过貌似人家官方是把这个叫游戏的……

还有一些原本是做游戏的公司或团队，也跟着瞎凑热闹，人家网站是没有赢利模式抓个救命稻草，你呢？放着正路上白花花的大把银子不挣，偏要走歪路，真不知道怎么想的。

《第二人生》与其说是一个游戏，不如说是一个虚拟世界。玩家在这里被称为居民，居民们可以在这个世界中四处逛逛，会碰到其他的居民，社交，参加个人或集体活动，居民们可以销售自己创作出来的虚拟财产，把它换成游戏中的货币，然后再通过一定途径换成现实中的货币。简单地说，就是一个增加了经济系统的图形聊天室。

那时候，我对这个已经运营 3 年的、画面堪称丑陋的 (以东方人审美而言)

的游戏一点兴趣也没有，不过听大家说得多了，也就找点资料来看看。看完之后，我的鉴定结果是，这游戏在中国没前途，我有 1 分钱，我不会投资这游戏，我有 1 个亿，也不会投 1 分钱在这个游戏上。

推崇这个游戏的，都援引某华人女玩家在这个游戏中暴富的例子，在我看来，她不过是老鼠会（中国官方名称叫“传销”）的一个花瓶，就是传销系统中的金字塔尖儿。据说这个游戏新注册用户持有的金钱是 250（真够 250 的），推荐一个朋友能得 2000（折合人民币几十元），已经有点老鼠会的意思了吧？当然你可以说其他网络游戏也发工资啊，也可以挣钱啊！当然，可《第二人生》有着更像老鼠会的其他特征。

首先这个游戏没什么好玩的，走一走，飞一飞，逛一逛，仅此而已。这个游戏不是让你玩的，而是提供了一个平台，让你干活挣钱，譬如盖个房子、做件衣服，这些都是要真正建模贴图的，没有一点美术基础可不行，还有另外一些工作则是需要编程基础的。把这些工作成果卖给其他玩家，你就有钱了。

如果你什么都不会，怎么赚钱？最简单的方式就是用真金白银换虚拟币，然后买地，买房子，买花花草草，把它们堆在一起，转手卖个好价钱。或者不堆在一起，如果游戏持续有新人进来，如果持续有人像你一样用真币换虚拟币，直接转手也能赚钱。看吧！老鼠会出现了，只要你不是最下线就行！

如果你既什么都不会，又不想投钱，能赚钱吗？当然能！不管男人女人都自己天生的本钱，那就是肉体，对！“卖淫”！就是“卖淫”！当然这个“卖淫”是虚拟的。为你游戏中的小人儿买套肉色比基尼，搞几个色情动作就 OK 了，剩下的就是聊天了。对了！你还可以开讲座赚钱。但是，你要是真有开讲座的资格，为何不开真正的讲座呢？车马费不会少啊，或者直接发表文章、出书好了。除非……你所演讲的内容是真实世界所不允许的，见不得光的……

一个人的想象力是有限的，《第二人生》可能还有很多我没想到的功能，譬如诈骗啦，洗钱啦，赌博啦……总之，网络游戏有的负面效果它都有，CtoC 网站有的负面效果它也有，而且更严重，更隐蔽。

很明显，《第二人生》就是一个大毒窝。试想我们的主管部门，怎么能允许这样一个网络游戏出现在中国呢？你会说，大家可以好好玩这个游戏啊！譬如说买买饮料，聊聊天，到处逛逛，挺正经的，不是吗？可没有打怪，没有升级，没有任务，这有多无聊，玩过网络游戏的玩家都知道。在这个游戏中，做白道的门槛和成本实在太高，不是需要你有技能，就是需要你有钱，而做黑道、邪道的成本又太低，有机会干坏事，又能赚钱，又不受惩罚，在这种情况下，相信不少人都会尝试一下的吧？

况且，玩游戏的目的是什么？是体验别样人生啊！这也是《第二人生》这

个名字的由来，可是，如果我很正经地玩游戏，通过建模或者编程的方式在游戏中获得成就感，咦！这跟我的现实生活没两样啊！我这是何苦呢？《第二人生》的最大问题就在于，它提供了一个舞台，让人们可以自由地做任何事情，又提供了一个出口，连接了现实社会与虚拟社会，让游戏中的货币和现实货币能够直接兑换。这样做的结果，就是把玩家的注意力全部引到了钱上面，玩家自然要钻系统的空子，通过各种简单的途径弄钱。但在现实社会中，最简单的途径通常是不合法的途径，譬如抢银行总比创业来钱快。那么就不可避免地把现实社会中的污浊罪恶引入了虚拟社会。

《第二人生》和别的游戏的不同在于，别的游戏的设计者很清楚地界定了玩家能做什么和不能做什么，这个游戏则是给了玩家无尽的可能性，设计者根本不知道玩家能做的事情的外延有多广阔。别的游戏提供了大量的内容和目标，让玩家去玩，去挑战，但是《第二人生》只给了玩家一些微弱的可能性，以及唯一的目标——挣钱。这样一个充满了拜金色彩的游戏，其实已经偏离了游戏的本质。

后来，事情的发展也果然如我所料，这个游戏在那一年间爆得大名之后就慢慢沉寂下去了。《第二人生》过于真实地虚拟了现实社会生活中关于钱和传销的部分，这两部分其实都是现实社会残忍而丑陋的一面，这与大多数网络游戏依然弘扬真善美的傻白甜风格形成了鲜明的对比。

现在《第二人生》又有了一个更为简单、抽象、粗暴的变体，那就是比特币，剥离了游戏的那层皮，本质却是一样的，那就是虚拟社会的老鼠会。

那么，虚拟社会对现实社会的模拟，到底应该有什么样的界限呢？这个问题，我们还是从其他艺术形式中寻求答案吧！

恐怖谷理论是一个广泛应用在任何有拟人造型产业中的理论，这些产业包括机器人产业和漫画、动画、游戏等产业。说的是当虚拟的人形与人类相像超过95%的时候，哪怕它与人类有一点点的差别，都会显得非常显眼刺目，让人产生厌恶和恐怖的感觉。

这个理论地虎同样可以应用在虚拟社会上，当虚拟社会越来越接近现实社会的时候，达到了那个临界点，会让人产生疏离感与恐怖感。虽然目前还没有这样的游戏出现，但最新的一些3D的超级游戏大作，已经逐渐向这个恐怖谷逼近了，相信不久的将来，游戏产业会正视这个问题，会思考怎样在虚拟社会对现实社会的模仿这个层面上，画一条不可逾越的红线。

第 3 章

游戏为什么让人无法自拔

我们通常所说的“网瘾”又称“互联网成瘾综合症”(Internet Addiction Disorder, 简称 IAD), 指个体由于过度使用互联网而导致明显的社会、心理功能损害的一种现象。它包含三部分内容: 网络游戏成瘾、网络人际关系成瘾、网络信息下载成瘾。其中网络游戏成瘾是最重要也是最常见的一部分。

网络游戏成瘾的主要表现为: 对网络游戏有心理上的依赖感, 不断增加游戏时间, 从游戏行为中获得愉悦和满足, 下线后感觉不快; 同时, 一旦停止游戏会有戒断反应, 并有和游戏有关的强迫行为等。

玩家为什么爱玩网络游戏? 因为网络游戏能赋予玩家平等感、自由感和身份虚幻感。

1. 平等感

在网上, 你的社会地位没有任何作用, 不论你是总统还是小学生, 也无论你是将军还是民工, 你的发言权是一样的。你的话语是否受欢迎不受你的社会地位的影响, 只是看你的话语本身是否吸引人。甚至, 人们会因为你的身份对你更为苛求。例如在新浪微博中, 很多名人或著名机构的官方微博, 经常是大家调侃的对象。在网络中唯一的不平等是对网络是否熟悉, 初学者经常会受到老网民的轻视。

在网络游戏中, 大家使用的是一套系统, 一套规则, 你的角色造型, 我也能选择, 你能达到的成就, 我经过努力也能达成。玩家们生而平等, 不存在富二代、官二代和金汤匙, 用金钱能达到的高度, 多付出时间也有希望达到。这种天然的平等感, 在游戏最开始的角色选择阶段体现得最明显: 没有人能比其

他人更美，也没有人比其他人更丑，大家在外貌上是平等的。所有人都是 1 级，一开始拥有的所有资源都是一样的。所有人都要经过新手系统，做第一个任务，一点一点开始自己在游戏中的冒险，没有人能够例外。所有人都要严格按照既定的游戏规则规范自己的行为，没有人能获得法外施恩……如此平等的社会，在现实世界是完全不可能存在的。

2. 自由感

人们可以在互联网上说自己想说的话，由于虚拟社会的匿名性，人们可以很容易隐藏起自己，不用担心会带来什么惩罚。这种自由感也造成了网上各种奇葩言论和谣言的泛滥。此外，人们不需要过多的面具，可以真实地表达自己内心的想法，而不用担心在现实中遭遇社会压力和人们异样的眼光，所以，大多数人在网上比在现实中更自如，更外向，更健谈。

网络游戏中也是如此。虽然游戏设计了既定的规则，但是玩家还是可以从提炼出独特的玩法：有些人把网络游戏当成了大型图形聊天室；有些人则在游戏中闲逛看风景；有些人只玩单人副本，把网络游戏玩出了单机游戏的感觉；有些人则只玩大型网络游戏中的某一个系统，譬如钓鱼、譬如烹饪、譬如竞技场……总之，网络游戏，尤其是大型多人在线网络游戏，以一个庞大的虚拟世界，赋予了玩家高度的自由度，支撑了玩家的各种自由的行为。

3. 身份虚幻感

如同一个可以不断变幻假面的化装舞会，每个人在网络上都可以七十二变。老太太假装怀春少女，小学生假装成人，穷屌丝也可编个故事炫富……这一切都是不受限制的，唯一限制我们的，只是我们的想象力。

而网络游戏，把想象力这种限制也去掉了，因为游戏开发者已经用他的想象力帮我们想好，我们需要做的，只是在所有这些选项中选择对我们胃口的那一项即可，看吧，就像在麦当劳点餐一样简单。

3.1 无聊经济

以解决人类无聊感所产生的经济体均属于无聊经济。

从心理学意义上讲，无聊属于人类最难忍受的一种感觉，因为人的大脑无法抑制空虚，如果脑灰质的任务太少，不舒服的想法、恐惧和沮丧便会乘虚而入。因此，人们总是试图不让大脑闲下来：地铁里，人们看报纸、打电话、玩游戏、听 MP3、用手机上网或者聊天——只有当大脑忙碌到恰到好处的时候，人们才感觉更舒服。

原始人要想维持自己的基本生存，需要一天辛苦工作都未必能达到，因此几乎没有什么无聊时间。而现代人如果月薪 2000 的话，时薪 10 元，一小时的收入已经足够支付最低标准的一餐，每天工作 3 小时就不会饿死，再工作 2 小时就不会冻死，因此便产生了大把的无聊时间。

懒惰使人悲哀，忙碌使人幸福。

当人感觉无聊的时候，有无数种方式让大脑忙碌起来，但对于某个人来说，总有一些方式是最优先的。那么，人们选择的依据究竟是什么呢？

首先，从精神层面而言，对于大脑来说，太忙碌或者太闲散都不是最舒服的状态，在他们之间有一个最适合的点，大脑的活跃程度到达这个点，会产生最舒服的感觉。每个人的这个点都不相同，我们唯一知道的是，它处于中庸的位置。年轻人可能需要更多刺激才舒服，而老年人则需要稍微少一点的刺激。

其次，从客观条件而言，人们总是倾向于在条件允许的情况下选择最接近让大脑最舒服的活动。譬如，一个宅男，如果他在家中无所事事，他可能首选玩游戏或者看动漫（宅男真是单纯而容易分析的物种）。但此时他在地铁上，如果有音乐可以听，他通常不会选择漫无目的地捕捉周围的声音，但如果周围有两个女孩讲一些有趣的个人隐私，多数人通常会立即放弃音乐，我们甚至可以想象在这个时候，宅男们脑细胞兴奋的样子。如果他带着 PSP、NDS 等掌上游戏机或者智能手机，他们通常会选择一些轻型的、可以随时停顿下来的、节奏不那么紧张激烈的、一个阶段不需要太长时间的游戏。《打飞机》或者《找你妹》无疑比《怪物猎人》或者《极品飞车》更适合。因为地铁里是个动荡的、不稳定的环境，玩游戏的过程比较容易被干扰或打断。那些过于强调反应的游戏，一旦被打断，可能造成全盘皆输，产生挫折感，这是我们的大脑不喜欢的。而那些鸿篇巨制的游戏，在乘坐地铁的短短时间内，不容易达成一个阶段，难以产生成就感，这也是我们大脑不喜欢的。我们的大脑还真难伺候……

再来，就是生理层面，人们通常会衡量让大脑更舒服一点还是让身体更舒服一点，一个刚刚跑完马拉松的宅男，应该没有太大兴趣打开 Wii，玩上一局网球，这时，玩手机游戏是最佳选择，而且一定要躺着玩。虽然大型游戏比手机更能满足大脑，但是身体此时很虚弱，需要休息。如果是同样一款游戏，譬如《植物大战僵尸》，画面就那么回事，不会因为平台不同有太大差别，这时候，宅男们通常的策略是坐着玩不如躺着玩，坐电脑椅玩不如坐沙发玩，因此更会倾向于选择手机上的版本而不是电脑上的版本。

最后，就是成本和收益比了。在家打发无聊时间，看电视是最便宜的，而且一台电视可以满足很多人，是很多大爷大妈和主妇的首选。但是它的附加价

值比较少，而且对于年轻人来说，对大脑的刺激稍显不够。看书也很好，只是书籍对大脑的刺激因人而异，因书而异，虽说也是一个不错选择，但是也没有什么附加价值。

玩网络游戏稍微多费了那么一点体力，但对大脑的刺激是足够甚至是刚好的，尤其对于年轻人。而且，它还能满足人们社交的需要，交流的需要，交友的需要，以及成就感的需要……有很多很多附加价值。至于价格嘛！按照平均消费计算，每月上网费用 100 多元，玩游戏其实可以不花钱，电费和设备折旧也算 100 元好了，一天只需要不到 10 块钱，理论上可以玩 24 小时，真的是天底下再也找不到更便宜的了！当然，你说看网文也不花钱，但是，从供给方面来看，网络游戏还是具有优势的，一款大型网络游戏玩上好几年完全不成问题，一篇网文即使作者日更新一万字，更新上好几年，一万字一会儿也就看完了。而且网络游戏每个月都会新推出很多款，必有一款适合你啦！

等电梯的时候，看一眼分众在念叨什么，是一种最佳选择，因为时间太短，不够看两页小说，也不够打开手机选择一个游戏，而且看分众还不需要任何成本，当然，至于人们看了那上面的广告，是否产生购买欲望，甚至购买行为，那是投广告的厂商要研究的事情，跟我们无关。

写到这里，结论是如此显而易见，以至于我都不好意思总结了。人们从心理上需要打发无聊时间，而且会结合一系列的因素，去判断，现在这个无聊时间应该怎么打发。在比较没有外部环境限制的情况下，玩网络游戏几乎是性价比比最高的选择，远远凌驾于其他选择之上，前提是这个人必须已经熟悉和掌握“玩游戏”这种技能，而且大脑还算不太衰老，喜欢新鲜刺激一点的感觉。

因此，最终的结论是，5 岁以上，40 岁甚至 50 岁以下的全体人类，只要他们平均每天有超过 30 分钟的无聊时间，就都是网络游戏的潜在用户，我们要做的，就是让他们学会用电脑或者手机玩游戏，然后就是为不同的人，量身定做他们喜欢的游戏内容罢了。剩下的，5 岁以下的丢给天线宝宝和喜羊羊，50 岁以上的丢给肥皂剧，就皆大欢喜了，和谐社会也不过如此吧！

3.2 网络游戏的三个代表

网络游戏是一切娱乐当中最完美的娱乐形式。

这话是我说的，但是或许是非常接近真理的对网络游戏的一种定义。

娱乐（含休闲活动）分为三种类型：被动的娱乐、半被动的娱乐和主动的娱乐。

1. 被动的娱乐

包括看电视电影、听音乐广播、看展览演出、看书看报看漫画、上网浏览等。

这些娱乐共同的特征是：几乎不需要技能（当然识字还是必要的），人们是单向被动接受娱乐的，娱乐载体本身不会发生改变。

举例来说，我们看报纸，是被动地接受报纸的内容，报纸本身也不会发生任何改变。

2. 半被动的娱乐

包括各种体育运动、户外活动、唱歌舞蹈、逛街购物、旅游、吸烟喝酒、声色娱乐、上网交流、传统多人游戏（打牌、打麻将）等。

这些娱乐共同的特征是：需要一定的技能，但是难度比较小，通常无创造性。娱乐者和娱乐载体之间可能有一定交互，但娱乐载体基本无变化。

譬如上网交流，需要会打字这项技能，网页或聊天工具有一定内容变化，因为我们输入了文字，但整体而言变化不大。

3. 主动的娱乐

包括以娱乐为目的的手工艺（插花、茶道、刺绣、种植养殖等）、书法绘画、网络游戏。

这些娱乐共同的特征是：需要一定的技能，是创造性活动，娱乐者和载体之间有深度交互，娱乐载体随着娱乐者的行为而发生一定的变化。

例如玩网络游戏，其实还是需要很多技能的，要懂得游戏的操作和玩法才行，这对于大部分玩家来说，不算是什么了不得的技能，但是对于从未接触过网络游戏的人来说还是有一定的技术难度的。大量的玩家进入网络游戏，会给这款游戏带来很大的变化。同时开服的服务器，玩家玩了一段时间之后，有的成了鬼服，没有几个人玩，有的却特别热闹；有的服务器 A 阵营很强，而另一个服务器可能 B 阵营很强……这些差异，都是玩家的主动行为造成的，玩家改变了游戏的风貌。

从上面的比较就可以一目了然地看出，这三种娱乐层次是一层比一层高，而最高层次的娱乐中，网络游戏又是最新诞生的娱乐方式，所以说：

第一个代表：网络游戏代表了创造性娱乐的发展方向。

如果量化娱乐对于个人的价值，可以用这么一个公式概括：

单位时间内娱乐的价值=获得的快感-消耗的金钱-消耗的能量

快感这一项，是很个性化的东西，除了直接的快感之外，还有像是感觉自己更健康、感觉自己很受尊重等持续的心理感觉，难以量化，所以先不讨论。

看看消耗的金钱和能量吧，算算账就知道，低层次的被动娱乐之所以存在并受到欢迎，是因为它们这两项消耗都很低。而高层次的娱乐中呢？哈哈！网络游戏应该是消耗最低的吧？因此我们可以说：

第二个代表：网络游戏代表了最物美价廉娱乐的发展方向。

再看看社会效益吧！大多数主动的娱乐除了需要使用设备和场地外，都需要消耗资源，并产生垃圾，譬如书画需要消耗笔墨纸砚水资源，产生废纸、污水等污染。网络游戏，则完全没有这些方面的负面作用，无论电脑也好，网络也好，手机也好，就算你不玩网络游戏也是要用的，唯一额外消耗的，只是一点电能而已，而且不会产生污染。所以说：

第三个代表：网络游戏代表了绿色的、可持续的、节约型的娱乐的发展方向。

这就是网络游戏的三个代表，大家看看，网络游戏是多么伟大光荣正确的一种娱乐方式啊！

3.3 玩家为什么会留在一款游戏中

《热血传奇》简称《传奇》(图 3-1)，这款游戏可以称得上是中国游戏史上的不朽传奇了。

2001 年 07 月，盛大董事长陈天桥与韩国 ActozSoft 公司签约，正式引进《传奇》。

2001 年 09 月 28 日，韩国网络游戏《传奇》的第一个服务器在中国开启公测版本。

2001 年 11 月 18 日，《传奇》正式版上市，并在当月登上各排行榜榜首，出现了一个网吧中 10 台机器有 9 台在玩《传奇》的盛况。

直到今天，这个已经运营了 13 年的游戏依然有着旺盛的生命力，它不仅将盛大送入了纳斯达克，至今依然在盛大的营收中，占据将近 1/3 的分量，堪称游戏史上的一个不朽传奇。

《传奇》这样一款老游戏，其画面、系统等各个方面在今天看来，都稍稍有些粗糙和过时。但是，为什么还有这么多玩家痴心不改，一往情深地留在它身边？

首先，是人类的懒惰本能，让人类天生喜欢熟悉的、可驾驭的、不需要付出学习成本的东西，一旦熟悉了，就不想离开。

其次，人们一旦选择了一样事物，就会本能地对它产生好感。一旦选中了一条道路，不管其他道路有多么优越，先前的选择也不会变了。你之前已经多

次这样决定过了，此时你自然而然地认为就应该这样选择下去。



图 3-1 《热血传奇》13 周年官网页面截图

最后，你的朋友们都还在，不是吗？那你怎么忍心一个人离开？

3.3.1 玩家要买什么

网络游戏是一种最能带来快感，而且单位时间内花费最少的娱乐方式。

在网络游戏中成为首富虽然也不容易，但是毕竟比现实中容易得多。曾经有报道《征途》中的首富在这个游戏中花了 2000 万人民币，听起来非常惊人，但是，那一年中国首富的资产是 200 亿元人民币，相差 1000 倍。只要付出千分之一的代价，就能在虚拟世界中获得近似的荣誉，这样一想，也就不会觉得太过惊悚了吧？

玩家想要在网络游戏中得到什么？或者简单地说，玩家要买什么？反过来说，就是厂商要卖什么？单机游戏卖产品、网络游戏卖服务的说法太老了。体验经济的提法也略有一点空乏。玩家在网络游戏中想获得的到底是什么，是等级吗？是装备吗？是胜利吗？是地位吗？似乎是，也似乎不是。

再深入地研究一下，我们就会发现，玩家想要在网络游戏中得到的，其实是一些自我感觉。

我很聪明：我能很快上手，我操作熟练，我能很快升级，我有高超的技巧，我会钻系统漏洞，我掌握这个游戏的一切……

我很强大：我总能获得胜利，谁也打不过我，我击败了比我强的人，我解

开了难题，没有人敢跟我叫板，我杀死了我的仇人，我是会长，我是城主，我是国王……

我很富有：我有钱，有顶级装备，有很多道具，有宠物，有家、有房子、有老婆……

我很漂亮：我的脸和身材都一流，我还有很多时髦的衣服（或装备），我能跳舞，也能骑马，做出很炫的动作……

此外，以上这些，不仅是我个人的看法，也是游戏中玩家公认的看法，我很受尊重，也很受欢迎，经常有人请求我帮助，也有很多异性玩家追求……

聪明、强大、富有、漂亮这四大元素，也是现实人生中的终极梦想吧！只可惜在现实人生中，获得它们很困难。

在现实中，如果能让自我和社会都认定为聪明，百里挑一肯定是不够的，那也就是个211大学水平，千里挑一甚至都不行，真的是挺难的。

想要强大就更难了，要想真人PK不败，怎么也得泰森、李连杰那档次的，最不济也得是个黑社会老大吧？一般人是无缘的。

富有这方面，看着条件不高，不过是“五子登科”而已，但光是一个房子，就让很多白领奋斗半生而不得啊！

漂亮的身材和脸蛋虽说是可以整出来的，但是那得花多少钱、受多少罪啊……

说到底，还是游戏好，只要花一点点钱，一点点时间，就能改变人生，实现所有梦想。玩《征途》虽然花钱，但是大部分玩家的付出，总比在北京三环内买个公寓便宜。练级虽然又费时间又枯燥，但总比做增高、隆胸手术惬意，至少不会有危险，也不会痛，多少还有一点趣味性。

当然你可以说这些都是镜花水月，可是，什么不是镜花水月呢？花上千块钱吃顿大餐，龙虾鲍鱼伺候，最终还不是化粪肥田，连个念想都没有留下？游戏中的成就，整点截图，写点酸文，在互联网上虽不能流芳百世，五年八年内让人能搜出来还是没问题的，十年二十年内有人能记得也不算难。

除了维持生存必需的购买之外，其他的购买行为，归根结底是买个乐子。名媛淑女们一身顶级奢侈品，服装、首饰、彩妆……武装到脚趾甲盖儿，去某个公开场合亮相走红毯，赢得“我很漂亮”的自我感觉和公众评价，回来卸妆洗澡之后，回归原本的自己，这个过程又和游戏上线下线有何本质区别呢？

唯一的区别就是，通过游戏获得同样的感觉很便宜，便宜到不像话！所以有钱人尽可以去奢侈，普通人在游戏中奢侈就好了。所以说，所有的玩家都比非玩家聪明，因为玩家知道如何用最小的代价，换来最多的好感觉。

3.3.2 简单重复，但不厌倦

反复操作是儿童的智力体操。

——（意大利）玛丽亚·蒙台梭利（Maria Montessori）

蒙台梭利用这个恰当的比喻说明了重复和智力的关系。儿童在玩耍一样东西时总是重复进行，在读一本书时总是重复听，总是反复让妈妈讲同一个故事，在操作一样教具时总是重复几十次，这在成人的眼中可能是微不足道的，甚至成人认为这是由于儿童的幼稚而导致的，但是这样的重复却使儿童感受到力量和独立，并使儿童达到极度的满足。实际上，如果儿童能达到重复一种活动的时候，说明儿童已经能够相当程度地把自己的注意力控制到一点上。这种集中的注意力在不断重复中，让儿童的内心就获得了一种力量。我们把这种力量解释为控制的力量，儿童既能控制自己的行为，又能控制自身之外的物质世界。

打怪练级为什么一点都不烦？每一个没有玩过网络游戏的人，都不太能理解简单重复地打怪练级到底有什么好玩的，为什么它能吸引这么多人废寝忘食，乐此不疲。

一个事物有趣，无非是过程有趣或结果有趣，而打怪练级兼具这两点。

首先，打怪的过程，能给人以简单重复的安全感，这种重复导致的安全感是我们与生俱来的偏好，是我们婴幼儿时期养成的习惯，每当沉浸在这种安全感之中的时候，我们就仿佛回到了小时候，回到了无忧无虑的婴儿时代，这是真正的心灵鸡汤，让我们的心瞬间平复下来，感觉到满足和舒服。

其次，打怪的结果，还有一定的或然性，怪物掉落物品是有概率的，这让整个过程充满期待。

有个《奇迹》（MUX）的玩家这么形容这个期待：“《奇迹》中掉落物品时的‘叮’的一声，就好像一剂强心针，总能让我从昏昏欲睡中兴奋起来，这种声音几乎就是这个游戏中的最美妙的声音，我现在已经不玩这个游戏很多年了，但是每次回想起它，脑海中总是回荡着这个声音。”

这种在平淡重复中或然出现的惊喜，恰恰对应了人的赌性，让人沉溺其中，难以自拔。

从打怪的结果而言，奖励是很重要的一部分。打怪的主要目的是获得经验值以提升等级，次要目的是获得道具和金钱，这两项奖励，都是激励玩家能坚持下去的动力。

3.3.3 无尽的任务——最不耐烦的吸引力

但是我不由地想起《明日天涯》在《新闻报》上连载的时候，我非常讨厌里面的前进青年孙家光和他资助求学的小姑娘梅月珠……梅太太向孙家光叙述她先夫的操行与不幸的际遇，报上一天一段，足足叙述了两个礼拜之久，然而我不得不读下去，纯粹因为它是一天一天分载的，有一种最不耐烦的吸引力。我有个表姐，也是看《新闻报》的，我们一见面就骂《明日天涯》，一面叽咕一面往下看。

——张爱玲《诗与胡说》

除了打怪之外，玩家在网络游戏中最常见的行为就是任务了。

2004年11月《魔兽世界》最初推出时，任务数约2600个；

《燃烧的远征》（这是《魔兽世界》的第2个版本）增加到两倍以上，约5300个；

而《巫妖王之怒》（这是《魔兽世界》的第3个版本）发表至今，玩家可以享受的任务多达7650个。

任务的吸引力和打怪相反，它没有或然性，没有惊喜，只是一段一段填满你的时间，让你觉得安定。任务是固定的，大部分奖励也是固定的，对每个玩家都平等，这会让人产生一种，如果自己不做了，那就比别人吃亏的感觉。一旦开始做任务，又会沉浸在那种连绵不断、总有事情在前面等着的使命感当中，让人无法自拔。

任务的这种确定性就像计件工资一样，一旦认可这种模式，就有了不断挑战最终结果的动力。就像看连载小说，总有新的内容在等着你，总有一条线让你牵挂，当你在游戏中不知道做什么好的时候，它总能温柔地填补你的空虚，任务就是这样，总能给玩家以踏实的感觉，就像一日三餐一样，虽然没有什么惊喜，但总能平淡地填补人们的每一天。

3.3.4 冲突和协作

网络游戏中的一切玩家行为，都可以归结为冲突和协作。

没有冲突，游戏将趋于平淡，没有协作，网络游戏将变成单机游戏。游戏在冲突与协作交织作用下，才能够调动玩家的兴奋点，使玩家活跃起来。

3.3.4.1 网络游戏的本质就是 PVP

冲突是安全阀。

——（美国）刘易斯·A·科瑟尔（Lewis A Coser）

“现实社会中，我是个遵纪守法的好公民，但在网络游戏里，我却是个公认的‘杀人狂’。我想，在网络游戏中杀人不犯法，被杀死了也能复活，这可能就是我热衷 PK 的主要原因吧。”阿金说，恶意 PK 次数多了，常有网友直斥他心理有问题。“在现实生活中受了气，我也会到网络游戏中找人单挑一下。发泄了，心里就舒畅多了。”阿金表示，要在网络游戏中胜人一筹，就必须和人 PK，不断地抢经验、抢分数，因此，“在网络游戏中，我相信世界的规则本来就是弱肉强食。”

这是对一个热衷于 PK 的游戏玩家的采访。有研发人员统计过，低等级的玩家被高等级的玩家“杀死”，50%会选择报仇；而在报仇者中，大部分又会花钱去买游戏中的高品质装备。在这种情形下，冲动地花数万元砸装备的事情并不罕见。

网络游戏和单机游戏的最大不同就是：网络游戏是人与人之间的互动，而单机游戏是人与电脑之间的互动。

网络游戏的本质就是 PVP，PVP 的极致是 PK。PVP 通常是指 Player VS Player 的英文缩写，意为玩家对战，即一名玩家攻击另一名玩家而形成的互动竞技。PK 通常指的是 Player Killing，原指在游戏中高等级玩家随意杀害低等级玩家的行为，后引申发展为“对决”等含义。

无论是 PVP 还是 PK，都是玩家之间的冲突。

这里说的冲突是社会心理学层面的定义，指的是两个或多个社会成员之间由于反应或期望的互不相容而产生的紧张状态，而不是纯心理学意义上的心理与行为的冲突。

冲突对于现实社会也好，虚拟社会也好，都是有积极意义的。

冲突是安全阀。

首先，冲突可以减少两极对立。冲突可以把冲突各方所具有的对立情绪宣泄出去，避免压力积累到不可调和的程度。很多网络游戏的设计注意到了这一点，在时间轴上有意识地分散设计各种小的冲突，而不将冲突积累到一个点释放。

其次，冲突可以强化群体作用，有助于群体形成和发展。网络游戏中一旦出现冲突，群体在冲突中会占据有利地位，这能够促进玩家积极结成群体。

最后，冲突促进权力再分配。大型冲突就像一场革命，导致社会组织内部权威和权力的再分配，使得社会暂时趋于稳定与和谐。这种权利再分配体现在现实中，是改朝换代，体现在游戏中，则是类似国战或城主争夺等系统。

无论是运营网络游戏，还是管理现实团体，有时候，有意识地制造一些冲突，会让社会更有活力。因此，当网络游戏社会趋于沉闷的时候，应有意识地制造冲突，让游戏社会更有生命力。

那么如何制造冲突呢？在网络游戏中，通常有以下几种方式。

1. 制造谣言

谣言是催生冲突的不二法门，简单又好用。谣言有两个层面，分别对应游戏外部和游戏本身。在游戏运营层面上，游戏换代理、合服、代言、官司等，这些都是在网络游戏运营过程中常见的炒作手段。在游戏内容层面上，常见的有网络游戏的各种秘籍、漏洞等，譬如怎样打 BOSS 更容易爆极品、怎样可以复制道具，这些所谓的秘籍很多都是谣言，但是却是玩家所喜闻乐见的。这些谣言都会影响到玩家的行为，从而引发各种冲突。

2. 加入新群体

在网络游戏中加入新群体或催生新群体的系统，可以改变原本的群体格局，给平稳期的网络游戏注入新的活力。譬如游戏版本更新，增加了新种族、新职业，会促使玩家从旧群体中脱离分化，而结成新群体，从而进一步引发新冲突。

3. 规则或内容改变

常见的游戏规则改变主要是数值的改变，譬如某种族或职业的某技能增强或削弱，开放更高的等级上限等。而内容改变是版本更新，增加了新系统或新内容。这种改变会导致游戏中强弱力量的对比发生变化，促进玩家的流动和活跃，为进一步制造冲突提供了可能。从这个意义上说，游戏版本更新的目的，就是营造冲突。

4. 营造社会事件

社会事件将现实社会和网络游戏这个虚拟社会连接起来，对于制造冲突，有极强烈的轰动效果。

例如著名的《魔兽世界》“铜须门事件”。

热门网络游戏《魔兽世界》中的一位玩家“锋刃透骨寒”在网上发帖自曝，其结婚六年的妻子，由于玩《魔兽世界》并加入了“锋刃透骨寒”所在公会，和公会会长“铜须”（一名在读大学生）在虚拟世界里长期相处产生感情，并且发生一夜情的出轨行为。“铜须门”之名便是由会长“铜须”而来。这个事件引

发了广泛的社会关注，网友们自发地发出“网络追杀令”，CCTV 也录制了相关节目，国外媒体也纷纷报道，当事人的生活也受到极大影响。在 2009 年，这个事件还被拍成了电影《无形杀》（图 3-2）。因为这个事件，“网络暴民”这一群体被推到了舆论的风口浪尖。



图 3-2 电影《无形杀》海报

这个事件对于游戏本身的意义在于，大量的老玩家回归，导致游戏的在线人数和活跃玩家数急剧飙升。甚至在事件爆发 3 年后的 2009 年，事件男主角铜须重返《魔兽世界》二区麦维影歌服务器，消息传出，依然吸引了大量玩家前往该服务器围观。

类似事件还有网易的《梦幻西游》“太阳旗事件”（图 3-3）。

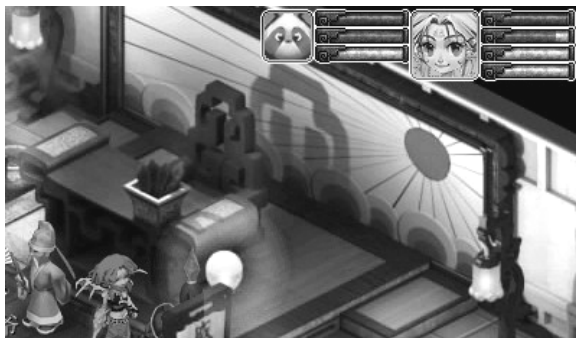


图 3-3 《梦幻西游》中带有“日本国旗（军旗）”的壁画

2006 年 7 月 7 日，《梦幻西游》建邺衙门壁画更换，壁画上有一轮红日，有玩家称这是日本国旗。网易在七·七这样一个具有重大历史意义的日子挂出这样的旗帜，严重伤害了玩家们的民族感情。继而传出谣言，网易老板丁磊在

1. 信息交流

信息交流是协作的基础，没有交流，根本无法协作。

网络游戏的信息交流和现实社会的相比，有以下这些特点特征：首先是空间无界限，在网络游戏中，玩家可以便捷地和来自全球各地的玩家进行交流。其次是信息传递快，再没有什么比在游戏中刷喇叭更方便地传达自己的信息的方法了。

但是网络游戏中的信息交流也存在着局限性，前面提到过，网络游戏传递信息以视觉为主，主要包括外形、动作、文字、符号等，以听觉为辅。味觉、嗅觉和触觉在网络游戏的信息交流中几乎不存在，所以，五感当中，丧失其三，具有一定的局限性。

2. 付出意愿

要想让人们产生协作，就必须首先明确协作所导致的回报。俗话说无利不起早，要有明确回报，才能激起人们的参与。

譬如网络游戏中师徒系统，是一种典型的基于协作的游戏系统。设计者必须事先明确师父可以获得哪些回报，玩家才愿意收徒弟。否则，玩家将会完全无视这个系统。

3. 共同目的

人们协作，必然是有一定目的的。营造必须通过协作实现的目标，人们才会乐于协作。例如在网络游戏中，设计者通常都会非常重视多人副本、战场、国战、师徒、夫妻、公会等需要协作的系统，或者必须多种族或多职业协作完成的任务。这些系统的奖励回报通常会非常丰富，这都是为促进玩家的协作，而营造出的共同目的。

3.3.4.3 愉快中枢和利他中枢

虽然冲突和协作都是网络游戏的重要组成部分，都能促进网络游戏玩家的活跃，但是这两者是不相容的。

《心理科学最新动向》(Current Directions in Psychological Science) 2008 年 6 月号发表了这样一个实验：首先把被试者分成四组。

第一组，让被试者玩经典桌上游戏《大富翁》，并且给每个人分配了 4000 元或 200 元不等的玩具钞。

第二组，被试者被要求思考在经济状况充足或不足的情况下，生活分别会变成什么样。

第三组，给被试者以言语暗示，让他们了解到所进行的实验可能与金钱相

关，也可能完全无关。

第四组，让被试者看印有钞票或其他非金钱东西的屏幕画面。然后去做一些简单工作。

实验的结果很一致，即在上述4个实验中，只要参与实验者被暗示与金钱相关时，都显示出互动合作的能力变弱，对他人意图和行为的敏感性减小，但个人表现能力却突然变强。

专家们从研究中发现，我们大脑里其实有两部引擎，一个是愉快中枢，一个是利他中枢。但他们并不能同时启动，他们是互斥的。我们的大脑只能从其中一个角度来做出反应。

要启动愉快中枢，需要一定的刺激，譬如游戏、譬如金钱、譬如美色……要启动利他中枢不需太多刺激，我们只要感觉自己在帮助别人，在对社会创造正面价值，利他中枢就启动了。

当利他中枢启动后，我们更乐于去帮助他人，以获得内心的满足和自我肯定。但是，如果这个时候刺激愉快中枢的事物跑过来横插一杠子，会出现什么情况呢？这时候，利他中枢所带来的满足感就会像肥皂泡一样破灭，取而代之的，是愉快中枢对于刺激是否足够的衡量。

试着想象一下，你的女友给你织了一条温暖牌围巾，充满喜悦和爱意的套在你脖子上，等待你惊喜回应的时候，你说：“这是纯毛的吧？怎么着也得要一斤毛线吧，就算100块钱一斤怎样？你织了多长时间？我按照你现在工作的月薪给你换算出时薪，我觉得一共就算500块吧！你肯定不吃亏……”这时候，会发生什么？相信每个人都能想到吧！当女友勃然大怒的时候，恐怕给女友5万块，也不一定能让她转怒为喜吧？

好了，讲清楚这个理论，我们再来看看游戏。

看别人玩游戏和自己玩游戏有什么不一样？

当人们意识到一个情节时，比如在观看别人玩游戏时，有一个称为“后颞上回沟”的大脑区域具有较高的活跃程度，而当人们自己玩游戏时，“后颞上回沟”的活跃程度则会较低。该区域位于大脑顶端靠后的位置，当人们处于人群中，试图感知社会关系时，该区域通常是活跃的。

另一个实验是这样的：让玩家在核磁共振装置中，玩一个简单的射击游戏。如果事先告诉玩家游戏获胜可以获得金钱奖励，则人脑中的“伏核”活跃；而事先告知玩家，如果游戏获胜，实验机构会向慈善机构捐献一笔钱的时候，人脑“伏核”部位不活跃，“后颞上回沟”反而活跃起来。

因此，我们可以简单地理解，人脑中的愉快中枢就是“伏核”，它是一个奖

赏中枢，只有获得实实在在的奖励，只有金钱，才能让它活跃起来。而人脑中的利它中枢就是“后颞上回间沟”，它和慈善、社交、助人等行为相关联。

了解到这一点，我们就可以在网络游戏设计中，利用这个规律翻云覆雨了：当需要玩家协作的时候，就避免谈钱，谈奖励，只谈团队精神，谈奉献和爱心；当营造玩家冲突的时候，就反其道而行之，多强调利益。

3.3.5 所有权依恋

家有敝帚，享之千金。

（意思是把自己家里的破扫帚当成宝贝。比喻东西虽然不好，但却是自己珍爱的）

——汉·刘珍《东观汉纪·光武帝纪》

教授先给拿出一个杯子，问大家谁愿意购买，10元一个，可以用来在上课时喝水。学生们几乎没有人愿意买。于是教授就把杯子发给大家，一人一个，让大家免费使用。

过了一段时间，教授问学生谁愿意把自己的杯子卖给教授，还是10元一个，奇怪的是，这一次几乎没有人愿意出售。

这说明，人们害怕失去胜于渴望得到。同样价值的东西，让人们拥有后再失去很困难。人们对没有得到过的东西没有感情，也不愿意付出代价去得到，因为这会让人失去金钱。也就是说，一件物品，你拥有之后，它在你心目中的价值无形中便增加了，这就是“所有权依恋”。

所有权依恋指的是，当一个人一旦拥有某物品，那么他对该物品价值的评价要比未拥有之前大为增加。这种价值感增加，会让人不愿意放弃已经拥有的物品。

这个原理可以很好地解释，为什么玩家不愿意离开一款已经玩了很久的网络游戏。因为玩家在游戏中拥有了太多的东西，每一样都不忍放弃，他从情感上没办法离开这款游戏。因此，网络游戏设计上最重要的一点就是：要给玩家更多的所有权，让玩家在游戏中拥有更多。

网络游戏中常见的所有权如下。

- 数值：包括且不限于等级、经验、积分、虚拟货币等。
- 虚拟物：包括且不限于武器、防具、药品、宠物等。
- 社会关系：包括且不限于好友、师徒、夫妻、工会等。
- 资格和荣誉：类似VIP资格、称号等不映射为数值的特权。

对于游戏公司来说，让玩家来玩我们的游戏还不够，还需要让玩家沉淀下来，一直玩而不愿意离开。那么，从所有权角度看，什么样的游戏对玩家更有吸引力呢？或者说，什么样的所有权对玩家吸引力更大呢？

首先，所有权的种类要繁多。

游戏中的物品虽然是虚拟的，但投射出的情感却是真实的。因此，网络游戏最重要的，就是要给玩家更多的所有权，让玩家在游戏中拥有更多。每个所有权都像一个绳索，将玩家锁在游戏中。这些绳索越多，它们产生的合力就越大。因此，网络游戏的装备系统、道具系统，卡片系统等能产生大量所有权的系统设计得好坏，对于网络游戏的黏性至关重要。

其次，独一无二的、稀缺的所有权具有更高价值和吸引力。

夏威夷大学的心理学家斯蒂芬·伍切尔研究发现，人们普遍觉得，从一个几乎快空了的饼干筒里拿出的饼干，其味道明显比从满满的饼干筒里拿出的饼干要好得多。

整个服务器唯一的屠龙刀，要比人人都可打造出来的武器，或者在商店中能买到的武器更有价值。就像我们小学时候的卫生流动红旗，因为它只有一个，同时拥有它的班级也只能有一个，所以它看起来就比红领巾有吸引力得多，即使它的面料和颜色都和红领巾一模一样。

最后，玩家自己创造出来的所有权才更有价值。

虽然从严格意义上来说，网络游戏中的一切所有权都是玩家自己创造出来的，但是从商城购买得来的道具，显得不太像自己创造出来的，而布置家园或者对武器打孔镶嵌等系统，由于过程复杂，耗时较长，有一定创造性和个性，所以看起来自主创造的感觉更为明显。玩家在创造所有权的过程中，付出了劳动、智慧、时间和情感，这些都会转化为更深重的所有权依恋。所以游戏中的打造系统、合成系统、宠物养成系统、家园系统等，都是非常具有持久吸引力的系统，网络游戏的长期黏着度，很大程度上来自于这些系统。

3.3.6 群氓：脑残粉就是生产力

群氓就是聚集起来的表现同质的心理意识的人类群体，他们拒绝理性而复杂的思考，对提供给他们各种意见、想法和信念，只简单地选择两个极端，或者全盘接受，或者一概拒绝，将其视为绝对真理或绝对谬误。

——（法国）塞奇·莫斯科维奇（Serge Moscovici）

直白地说，群氓就是脑残粉。

他们没有领袖，却更容易轻信。他们没有信仰，却更容易被煽动。他们没有判断力，却更为坚定。他们喜欢在各种暴力行为中表达梦想、情感，英雄主义和自我牺牲。他们是一个骚动的、情绪高昂的群体，他们具有宗教般神圣的执念和超强的行动力。

随着社会纽带的瓦解、通信交往的迅捷，人口的不断混杂，以及城市生活节奏的不断加快。古老的人类群体开始逐渐瓦解，宗族、邻里、亲戚、大家庭……这一切曾经坚实的纽带在现代社会中纷纷碎如齑粉。

空巢老人、丁克夫妻、不婚一族……人们越来越独立，也越来越孤单。在古代，很多必须由大家庭、大家族、大团队协作分工才能承担的工作，现在已经分散成为社会服务：快递、外卖、月嫂、装修公司、洗衣店……只要有钱，似乎一个人什么都能解决。人类已经不需要家庭和宗族的羁绊，原本的稳固的由血缘和婚姻维系的群体也被分解还原成为个体。

但是，人类是群体动物，如果不融入群体，个体将失去他存在的理由及其自我感觉，产生不确定性和没有目标的焦虑感。所以，这样的现代人需要一群同伴，以及一个榜样，需要随便抓到什么，塑造成自己的理想和信仰，这样才能让人们具有完整感。

于是，人们又会仅仅因为一个简单的理由，重新组成不稳定的但是更加庞大的群体。

世界上最遥远的距离不是天与海的距离，而是联通与电信的距离。玩网络游戏的人最清楚，两网互联时，无论带宽多少，无论是不是在同一个城市，都能卡出人命来。

世界上最遥远的距离，不是生与死，不是我站在你面前你不知道我爱你，而是你是部落，我是联盟。玩《魔兽世界》的玩家都知道，部落和联盟势不两立。

人们因兴趣和观念不同，形成了一个又一个圈子：玩《魔兽世界》的瞧不起玩《剑侠情缘网络版 3》的，玩《剑侠情缘网络版 3》的瞧不起玩《梦幻西游》的，玩《梦幻西游》的瞧不起玩网页游戏的，玩网页游戏的瞧不起玩偷菜游戏的……玩电视游戏的瞧不起玩电脑游戏的，玩掌机游戏的瞧不起玩手机游戏的，玩苹果的瞧不起玩安卓的……索尼粉骂任天堂粉为“任狗”，任天堂粉冷艳高贵不解释；《古剑奇谭》粉和《仙剑奇侠传》粉每隔一段时间就要掐一次架……一个一个的圈子，不断地互相指责着“贵圈真乱”。

冷艳高贵白莲花，
无知萝莉叫喳喳，

推波助澜操盘手，

冷静旁观三五家。

任何一个圈子，都包括以上四类人，其中白莲花和操盘手是领袖，萝莉人数最多最容易被操控，他们被领袖牵引着，如飞蛾扑火一般，传播他们所要传播的，或者打击他们所要打击的……

仅仅只有一个共同点，这些粉丝便结成了牢不可破的联盟，同呼吸，共进退。只要有人振臂一呼，所有人便会义无反顾地扑上去，像是一场圣战。

当今社会，得脑残粉者得天下。

影星陈坤的微信平台，粉丝每个月花 18 元钱，可以看他的私房照，听他用自动语音回复“早安”和“晚安”，还有可能获得他的回复。就这样简单的功能，第一天进账 700 万元。

作家南派三叔的淘宝店，里面的商品被很多人吐槽是假古董，但是第一天也成交了 100 多单。

一个游戏，只要有了一群脑残粉，就等于有了一个庞大的口碑营销团队，他们会自发地宣传游戏，积极推动各种官方活动，传销式的拉亲朋好友来玩……他们永远忠诚，永远活跃，永远以宗教般的热情匍匐向你的产品，顶礼膜拜。

只要你有脑残粉，你就不败！脑残粉就是生产力！

3.3.7 刷屏骂人与石崇斗富

富贵不归故乡，如衣锦夜行。

——司马迁《史记·项羽本纪传》

西晋时，石崇曾与晋武帝的舅父王恺斗富。王恺饭后用饴糖水洗锅，石崇便用蜡烛当柴烧；王恺做了四十里的紫丝布步障，石崇便做五十里的锦步障；王恺用赤石脂涂墙壁，石崇便用花椒墙壁。晋武帝暗中帮助王恺，赐给他一棵二尺来高的珊瑚树。王恺把这棵珊瑚树拿来给石崇看，石崇看后，用铁制的如意把珊瑚树打碎了。王恺感到很惋惜，又认为石崇是嫉妒自己的宝物，石崇说：“这不值得发怒，我现在就赔给你。”于是命令手下的人把家里的珊瑚树全部拿出来，这些珊瑚树的高度有的三尺，有的四尺，树干枝条举世无双而且光耀夺目，王恺那样的珊瑚树与之相比根本算不了什么。

石崇斗富的故事告诉我们，攀比和炫耀是个很有趣的游戏，连富有四海的皇帝都忍不住跑过来掺和一脚。人不显摆，枉自为人。这种炫耀也是网络游戏的吸引力之一，想成为石崇、王恺，在现实社会中很难，但是在游戏中想像他

们一样斗富，只要一个喇叭就可以办到。

喇叭是网络游戏的标准功能之一，通常是需要花费一点费用，就可以在游戏中发布能被全服接收到的文字信息，有些游戏中，系统还会用更大的字号、更特殊的颜色将喇叭的内容显示出来。

喇叭这个功能，在最初的设计上其实是强调功能性的，为了方便玩家进行广播式的交流，譬如找人组队、求购物品等，但是，玩家实际使用起来，却变成了另外一个样子。

曾经有这样一份观察报告，观察的是某款一线音乐舞蹈网络游戏中，某服务器玩家刷喇叭的情况。这个服务器从 3:06 到 3:16，10 分钟以内一共发出了 82 个喇叭。其中：

50（61%）个是纯粹的骂人话，比如跪下等。

2（2.4%）个是纯水，一个的对话内容全是 1，另一个全是 0。

5（6.1%）个是说找老婆和找老公的。

14 个是找人的。

2 个是祝福的。

6 个是挑战的，说哪里哪里不服来战这样的。

3 个是聊天的。

我们从中可以看到，找人、祝福、挑战、找老婆或老公，这几项是功能性的，符合喇叭系统的原本设计。加起来有 27 个，占总数的 1/3。

而骂人、纯水、聊天则是炫耀性的（聊天本来可以不用喇叭，非要用喇叭，则属于炫耀的成分比较大）。这部分占了 2/3。可以看出，炫耀对于玩家的吸引力。就算没有提供常规的炫耀渠道，玩家想方设法也要制造出炫耀的渠道来，即使无聊到发全部是“11111111”的对话也在所不惜，这是多么有钱而无聊啊！但是就是有很多玩家乐此不疲。

因为，喇叭的价格太便宜了，只要花上几块十几块人民币，就能在游戏中小小地炫富一下，满足自己小小的虚荣心，还有什么消费比这个更值的呢？

3.3.8 奖励和惩罚

《超级玛丽》（图 3-5）应该是全球人民最耳熟能详的游戏了吧，不用打开游戏，我们就能回忆起它之中的那些奖励和惩罚。

电子游戏在发展过程中，逐渐形成了以奖励为主，奖励和惩罚交替运用的

机制，这种机制类似于教育，经过事实证明是有效的，它可以维持用户的长久兴趣，并让用户取得快感。

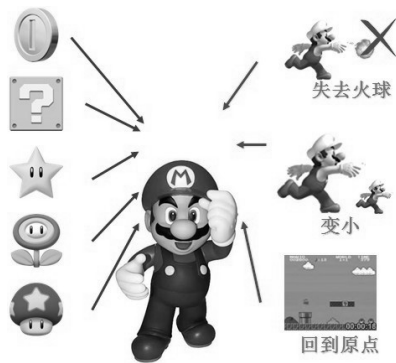


图 3-5 《超级玛丽》中的奖励和惩罚

关于奖励和惩罚交替运用，《鹿鼎记》中康熙和韦小宝打斗的情节很有代表性：

“十次中仍有七八次是韦小宝输了。韦小宝虽然输多赢少，却也绝不是只输不赢。此后康熙的武功渐有长进，韦小宝居然也能跟得上，两人打来打去，始终旗鼓相当，而韦小宝却又稍逊一筹，这样一来，康熙便须努力练功，才不致落败。他是个十分要强好胜之人，练功越有进步，兴味越浓，对韦小宝的好感也是大增。”

对于康熙来说，摔跤比武是一种游戏，赢是奖励，输是惩罚，赢和输的比例为 7:3 或 8:2，玩家才更有兴趣。

康熙通过比武游戏，能力得到成长，但对手韦小宝也相应成长，奖励惩罚比例基本维持不变，才能引发持久兴趣。

这种对打斗游戏的兴趣，最终导致了康熙对游戏对象——韦小宝的好感。

这个例子说明，奖励与惩罚在比例合适、强度恰当的情况下，能够激发玩家的持久兴趣，以及对游戏的正面情感。这种组合的效果，通常比单独的奖励好得多。

3.3.8.1 奖励是一种正强化

奖励是对于行为的正面强化刺激。

——（美国）斯金纳（B.F.Skinner）

心理学史上著名的“斯金纳箱”实验是这样进行的：把鸽子或白鼠放在箱

子中，它们每次做了正确的动作“按按钮”，就会获得食物奖励，在奖励的推动下，它们很快学会了通过按按钮索取食物，其他复杂行为也可通过这种模式分步骤训练。

这个实验有三种模式：

1. 每次都获得奖励。在这种模式下，停止奖励后，动物按按钮的行为会持续一段时间，而后便不再碰那个按钮。

2. 固定间隔获得奖励。在这种模式下，停止奖励后，动物按按钮的行为只能持续很短的时间。

3. 随机间隔获得奖励。在这种模式下，停止奖励后，动物按按钮的行为会维持终生。

结论是：奖励可以强化行为，但随机奖励更容易保持行为。

赌性是生物与生俱来的天性，在游戏设计中，随机数是最好用的设计手段。善用随机数，能让玩家更持久地保持对游戏的兴趣。

掉落概率是游戏中随机奖励最完美的体现，为了获取高级装备去打一个BOSS，但是你不能确定杀死这个BOSS之后会不会掉落，你满怀希望，而后经历失望，再度挑战，再度失败……让你重复这个循环的最大动力就是你的赌性。

在社会心理学意义上，奖励包括这些方面的内容：金钱、地位、物质、知识、服务和爱。在网络游戏中，大多数游戏对于这些方面的奖励都有体现。

虽然游戏中的金钱、地位、物质都是虚拟的，但是他们赋予玩家的满足感却一点都不比真实的逊色。

知识分为两种，一种是游戏内知识，也就是玩家对游戏的了解程度，譬如怪怎么打、任务怎么做等，还有一种是真正的各种知识，通常通过游戏任务或者答题系统体现出来。

服务方面，大多数公司会比较重视对VIP玩家的服务，而对一般玩家服务水平则较低。同时，游戏内容中也很少有以服务作为奖励的设计。

至于爱，在现实社会中，人与人之间互相施与很常见，但是在网络游戏中，却比较难以体现。

除了这些之外，还有一个更简单的奖励：赞赏。

有关动物行为学的研究证明，口头赞赏和食物奖赏，在对狗的训练中，几乎同样有效。在网络游戏中，赞赏就是当玩家取得一项成就的时候，系统要通过一定的方式夸奖玩家。譬如玩家在战斗之后升了级；那么LEVEL UP的文字一定要有；“恭喜，你升为N级！”的文字也不能缺少；长长的，带有欣悦感觉

的音效也是标准配置；各种特效，如炫光、礼花一类的，一定不要吝惜；此外，还要玩家角色做一个狂拽炫酷吊炸天的动作……所有这些，都是系统对玩家的赞赏。虽然没有这些，玩家还是会获得同样的经验值，提升同样的等级，但是，如果有这些，玩家肯定会更加满足。如果一个游戏系统在玩家升级之后一声不吭，一个赞赏的表现也没有，那么，这个游戏是绝对留不住玩家的。

美国著名心理学家罗森塔尔和助手来到一所小学做一项实验：他们声称要进行一个“未来发展趋势测验”，并以赞赏的口吻将一份“最有发展前途者”的名单交给了校长和相关老师，叮嘱他们务必保密，以免影响实验的正确性。其实他们撒了一个“权威性谎言”，因为名单上的学生根本就是随机挑选出来的。8个月后，奇迹出现了。凡是上了名单的学生，成绩都有了较大的进步，且各方面的表现都很优秀。

显然，罗森塔尔的“权威性谎言”发生了作用，因为这个谎言对老师产生了暗示，左右了老师对学生能力的评价；而老师又将自己的这一心理活动通过自己的情感、语言和行为传染给学生，使他们强烈地感受到来自老师的关爱和期望，变得更加自尊、自爱、自信、自强，从而使各方面都得到异乎寻常的进步。这就是赞赏的力量。

3.3.8.2 攻击 VS 赞同

攻击就是当行动得到了未曾料到的惩罚，人会被激怒并采取的行为。

在这种情况下，玩家的攻击行为分为两类：

- 越挫越勇，继续更投入的玩游戏。
- 大骂游戏公司，放弃游戏。

显而易见，我们需要第一种攻击行为，而杜绝第二种攻击行为。那么在什么情况下才能发生第一种攻击行为呢？

首先，要让玩家受到惩罚的同时，也获得一定的奖励。

如迷宫死路尽头安放了一个宝箱，虽然玩家走错了路，耽误了时间，这是一个惩罚；但是可以获得物品，这是一个奖励。或者是玩家踩了会持续减血的毒沼，这是一个惩罚，但玩家同时学会了识别这种特殊地面的知识，这又是一个奖励。

在这种情况下，玩家会乐于接受这种惩罚，并为下一次避免同样的惩罚做出努力。由于有奖励的刺激，惩罚也就显得不那么让人沮丧，玩家会更乐于留在游戏中。

其次，当玩家受到惩罚时，系统要通过一定途径，明确告诉玩家为什么受到了惩罚，以及怎样才能避免惩罚。

例如玩家攻击一个 BOSS，一开始，使用了火系魔法，发现这种魔法反而让 BOSS 加血，在这个过程中，玩家受到了 BOSS 的攻击，减了血，受到了惩罚。但同时，玩家也了解到火攻对于这个 BOSS 是有反作用的，所以自己受到了惩罚。根据游戏规定的元素生克原理，玩家会很容易想到，用水系魔法，才能给予 BOSS 以最大的伤害，玩家很快就会调整攻击策略，避免受到惩罚。试想在这样的情况下，挨了好几下打，突然悟出只有用水攻才会奏效的玩家，会在这时候下线吗？当然不会！他会继续玩下去的，直到把 BOSS 打死。虽然玩家受到了惩罚，但是他也获得了再度尝试、屡败屡战的动力。

赞同就是当行动没有受到预期的惩罚，人会喜悦并采取的行为。

这种赞同行为，必定导致玩家在情感和时间上对游戏的投入增加。但对于游戏这个虚拟社会来说，可能有利，也可能不利。

譬如玩家在必死的战斗中出现了暴击，或者敌人攻击 MISS，玩家本来认为自己会失败死亡的，但是意外地活了下来，随后游戏热情会高涨。这是有利的。

但譬如玩家利用 BUG 复制金钱，如果没有受到预期的惩罚，他会继续复制，绝对不会离开游戏。但这对游戏整体平衡是不利的。

3.3.8.3 奖励与惩罚的互换

一个人对工资是否满意，取决于他是否比他老婆的姐妹的男人挣得多。

——（美国）门肯（Mencken）

如果没有奖励与惩罚，游戏也就不能称其为游戏了。

奖励与惩罚也是游戏性的重要组成部分，适度的奖励与惩罚会增加游戏的黏着度，让玩家能够长时间地沉浸在游戏中。虽然奖励是正面刺激，惩罚是负面刺激，但并不等于奖励越多、惩罚越少，游戏就越好玩。拿捏两者的比例、强度、频率和节奏是调整游戏平衡的一个重要方面，也是名作和平庸之作的差距所在。

如果让你从获得 1000 元和有 50% 可能性获得 2500 元之间选择，你会选择哪个？调查证明，多数人会选择前者。

如果让你从失去 1000 元，和有 50% 可能性失去 2500 元之间选择，你会选择哪个？调查证明，多数人可能会选择后者。

这说明一个问题，人们在获得奖励的时候，比较趋向于获得确实的奖励，即使它比较小。而人们在获得惩罚的时候，则总希望能够有机会逃脱惩罚。甚至，逃脱惩罚带来的愉悦要大于获得同等强度的奖励。同样，本来应该可以获得奖励的场合，因为概率而没有获得，其沮丧程度也大于压根就没有奖励这回

事。因此，设计游戏奖惩的时候，善于运用这个原则，就可以让惩罚带来和奖励同等的愉悦。

以上是从单个个体面对奖励和惩罚的场合而言的。对于网络游戏来说，情况要复杂很多，会有多个个体面对同样的奖励和惩罚规则的情况。

两个城市，其他方面都完全相同，A 城市人均月收入 4500 元，你的收入是 3500 元，B 城市人均收入 2000 元，你的收入是 3000 元，你会选择在哪一个城市生活？调查表明，多数人会选择 B 城市，因为虽然少拿 500 元，但是感觉会好得多。

所以说，当所有人都光着脚的时候，有袜子的人就是幸福的，当所有的人都没有脚的时候，光脚的人就是幸福的。很多时候，奖励带来的快乐并不取决于绝对值，而取决于跟别人相比，你得到的多还是少。正所谓不患寡而患不公，就是这个道理。

回到第一个例子，如果某人选择了有 50% 可能性获得 2500 元，而结果他什么都没有获得，而其他则选择了获得 1000 元，此时，这个人虽然没有损失任何东西，而且这个结果也是他自己选择的，但是他还是会非常非常不爽，这种不爽，远远大于没有其他人作为参照物的场合。

在网络游戏的设计中，也要注意这个原理，如果你想调动玩家的正面情绪，就多让他看到其他玩家的负面。

3.3.9 多巴胺——愉悦是一种化学现象

多巴胺 (Dopamine) ($C_6H_3(OH)_2-CH_2-CH_2-NH_2$) 由脑内分泌，可影响一个人的情绪。它正式的化学名称为 4-(2-乙胺基)苯-1,2-二醇，简称 DA。多巴胺是一种神经传导物质，用来帮助细胞传送脉冲的化学物质。这种脑内分泌主要负责大脑的情欲、感觉，将兴奋及开心的信息传递，也与上瘾有关。

爱情是一种化学现象，其实就是人的大脑里产生了大量的多巴胺。

当我们经历新鲜、刺激或具有挑战性的事情时，大脑中就会分泌多巴胺。吸烟和吸毒都可以增加多巴胺的分泌，使上瘾者感到开心及兴奋。

1954 年，加拿大神经学家詹姆斯做了这样一个实验。给老鼠的下丘脑插入一个电极，让老鼠可以通过自己按按钮以微弱电流对自己进行刺激，这种刺激会促进大脑产生多巴胺。结果发现，老鼠每小时按 6000 次按钮，不断地享受多巴胺带来的快感，对于交尾和吃饭都失去了兴趣，最终娱乐至死。

这是一个让人不寒而栗的实验，如果人类发明了能产生这样效果的小型设

备，那么全世界的人都会沉浸在“按按钮得快感”的游戏中无法自拔，只要几天，人类就会灭亡了。

其实，我们去赌场的老虎机旁观察一下，也能看到类似的情况，赌徒不停地按老虎机的按钮，希望能赢钱，同时也为自己的大脑赢得多巴胺。还有在网络游戏当中，不停地打 BOSS 刷极品装备的玩家，不停地围着一块矿石挖掘的玩家，其行为也和那个按按钮的小白鼠没有本质的差别。

在我们的大脑中，有一种叫做“多巴胺能神经元”的脑细胞，它存在于脑灰质中，主要的功能就是产生多巴胺。由此让我们快乐，并判断如何能获得更多的快乐。当你遇到让你快乐的事儿，这些神经细胞就会被激活并释放出多巴胺。

此外，更关键的是，“多巴胺能神经元”喜欢充满期待的预知快乐，当它的预测发生偏差的时候，它会释放出更多的多巴胺。也就是说，当老虎机没有哗哗出钱或者 BOSS 没有掉装备的时候，大脑也会释放多巴胺，这样你虽然没有获得奖励，但是依然会觉得快乐而兴奋，依然会跃跃欲试，如此这般，你就自然而然地驱使自己一遍遍地玩下去，沉迷在游戏之中。

人类行为当中，比较容易产生多巴胺的行为有以下几种：

- 吸毒：吸毒等于死亡，不用多说，不能碰。
- 性：限于身体条件、社会环境和生理机能，不是随时随地都能享用的。
- SM：这是一种不是所有人都能接受的非常规行为，也就是说，不是所有人都欣赏它带来的快乐。
- 赌博：有成瘾性，有一定的可能性会导致倾家荡产，并不是一个好选择。
- 香烟和酒：效果比较轻微，有成瘾性，对身体不利。
- 爱情：这是个好东西，但是在人的一生中，获得的机会和可能性实在太少，不能作为日常的多巴胺供应途径。
- 游戏：最后也只剩下游戏了，简单，方便，廉价，无副作用，可源源不断生产出多巴胺。这么好的活动，它不受欢迎谁受欢迎？它不让人沉迷还有什么能让人沉迷？

3.4 玩家为什么会离开一款游戏 VS 人们为什么会离开一个国家

图 3-6 是 2008 年艾瑞咨询集团的调查报告，近几年的类似调查报告，结果都大同小异，但是由于选项一年比一年多，最终的结果反而不太具有代表性，

因此还是以 2008 年这次调查为例，来说明这个问题。

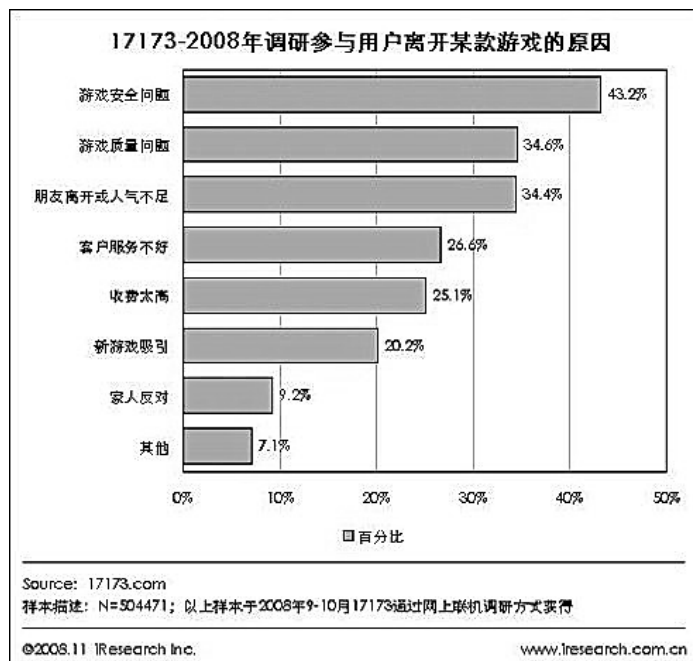


图 3-6 艾瑞的调查报告

我们看到，玩家离开一款游戏的原因，占比例最大的是安全问题。

没有人喜欢生活在一个战火频仍的动荡国家，例如索马里、塞拉利昂、刚果、卢旺达等。同样，人们也不会喜欢留在一款不安全的网络游戏中。所谓的不安全包括盗号、外挂等游戏安全问题，也包括游戏本身的 BUG、服务器不稳定等问题。这些问题最终都会导致玩家在游戏中的所有权得不到保障，因此玩家不会乐于留在这种游戏中，也不愿意在这种游戏中投注更多的时间与金钱。

其次是游戏质量问题。

游戏质量包括稳定性、流畅性、可玩性、耐玩性四个方面。

稳定性说白了就是游戏能玩，不会经常卡死、掉线，服务器不会经常宕机，也不会有重大 BUG。

流畅性就是游戏运行顺畅，跑得起来，不会卡，整体节奏不会太沉闷无聊，也不会发生不知道怎么玩，或者到了一定阶段无事可做的情况。

可玩性就是游戏要好玩，足够吸引人。

耐玩性就是游戏要有长久吸引力，网络游戏不是几十个小时就能玩通的单

机游戏，网络游戏可是要生存数年的！所以，网络游戏必须要有能留住玩家的深度和空间。对比一下现实社会，这大概可以对应一个国家的生存质量和幸福感的问题吧！

接下来第三位的是朋友离开或人气不足的问题。

虽然很多大型网络游戏 90% 的收入来自 10% 的用户，但是剩下的 90% 的用户就像大型演出中的伴舞者一样，不可或缺的存在。少了他们，游戏便失去了人气，那些土豪们就会有衣锦夜行的感觉，不知道向谁炫耀，久而久之，就会因索然无味而离开。就好比在现实中，你的所有亲戚朋友都已经移民美国，相信你无论如何也不会在中国长久待下去了吧！

任何一款网络游戏，都有一个在线人数生死线，低于这条线，游戏人气不足，会逐渐衰落，高于这条线，则这款游戏才有可能兴旺发展。

第四位是客户服务的问题。

这个问题不仅仅是指电话客服或者线上 GM 的服务，而是指整个运营的所有环节为玩家提供的服务，包括官网设计是否人性化、在线支付是否方便快捷等。对比现实，大约就是政府机构是否高效廉洁，以及公共设施是否完善充足吧！

最后，收费的问题很容易理解，如果一个国家物价很高，民生艰难，自然不会留住国民，游戏也是同样。

不管怎样，用户已经选择了你，你是用户熟悉的，这是永远不会变的正面加分，要记住，留住用户的成本总是要比拉来用户低得多！

3.4.1 不患寡而患不公

公平理论的公式： $Q_p/I_p=Q_o/I_o$ 。

Q_p 代表一个人对他所获报酬的感觉。 I_p 代表一个人对他所做投入的感觉。 Q_o 代表这个人对其比较对象所获报酬的感觉。 I_o 代表这个人对其比较对象所做投入的感觉。

——（美国）亚当斯（J.S.Adams）

我们看到，公式当中最重要的一个关键词，就是“比较”。这种比较分为两种：横向和纵向比较。

横向比较指的是自己与群体内其他人的比较。就是人们要将自己获得的“报酬”（包括金钱、工作安排以及获得的赏识等）与自己的“投入”（包括教育程度、所作努力、用于工作的时间、精力和其他无形损耗等）的比值与群体内其他人做社会比较，只有相等时，他才认为公平。

纵向比较指的是自己的今昔对比。即把自己目前投入的努力与目前所获得报酬的比值，同自己过去投入的努力与过去所获报偿的比值进行比较，只有相等时他才认为公平。

公平是社会存在的基础。即使是猴子，也懂得要求公平，并懂得和其他人（错了！应该是其他猴子）做比较。

荷兰心理学家德瓦尔做过这样一个实验，训练猴子学会使用花岗石片作为货币，换取奖励。经过一段时间的训练之后，要求猴子交付一片花岗石换取一片黄瓜，95%的猴子都会乐于交换。但是如果当着一只猴子的面，交换给另一只猴子一颗葡萄，然后再要求围观的猴子用花岗石换黄瓜的时候，60%的猴子拒绝了，而且它们通常异常愤怒，甚至用黄瓜片丢研究人员。如果给另一只猴子一颗葡萄，不需要它用花岗石片换，则围观的猴子拒绝用花岗石片换黄瓜的可能性高达80%。

在网络游戏中，最影响游戏平衡，最容易让玩家产生不公平感觉的，就是外挂了。

外挂是指某些人利用自己的电脑技术专门针对一个或多个网络游戏，通过改变网络游戏软件的部分程序，制作而成的作弊程序。外挂是一种第三方软件，也分很多种，比如说练级外挂、强行交易外挂、脱机外挂、无敌秒杀外挂等。绝大多数外挂都对于网络游戏平衡性有严重影响。

在前几年，玩家对于外挂的抱怨最为强烈，厂商对于外挂的打击也最为有力。玩家不喜欢外挂的原因，并不是外挂的功能不好，而是有人用外挂，有人不用外挂，不用外挂的就觉得自己吃了亏。而大家都用外挂，有人被抓被封号，有人逍遥法外，被封号的就觉得自己吃了亏。归根结底，玩家最终抱怨的，还是外挂导致了不公平。

后来，游戏厂商也学聪明了，既然玩家喜欢外挂，说明玩家有需求，有需求就要满足，因此逐渐把一些外挂的功能，正式设计到游戏之中，让玩家通过付费能够享受到，譬如付一定费用就可以脱机练级、行走速度加倍等，其实和某些早期的外挂功能是一样的。这样一来，外挂功能变成了官方功能，玩家可以自己选择要不要花钱去用，不想用的人，也是自主的选择，这样就消除了不公平感，玩家也就没那么多抱怨了。

另外一种比较小的关于不公平的抱怨，就是游戏不平衡。很多游戏因为设计缺陷或者收费道具设置不合理，会导致在游戏的某些环节，存在着不平衡的现象，很多游戏中，某一职业比其他职业更强，于是这种职业就在PVP中占尽便宜，很多玩家都跑去练这个职业，而坚守其他职业的玩家，就会觉得不公平。

或者某个职业的某个技能特别强，可以压倒性地克制另一个职业，这些都是游戏不平衡的表现。这种不平衡虽然不像外挂危害性那么大，但是也会导致玩家的不满。

但是，有时候，其实游戏设定很平衡的，但是所有玩家都认为自己的门派或者职业吃亏了，也会觉得不公平。业内一个著名游戏制作人对此有自己的看法：

“之前游戏里闹门派不平衡的天天喊。我加了一套很难获得的压制性装备，现在没人闹平衡问题了。其实之前，各个门派都有取胜的方法，很接近平衡，所以玩家认为如果想要自己能压倒性取胜，就要靠开发组把自己门派加强，把对方削弱。闹腾，无非就是因为社会排序不确定。每个人都可能在某时某地排序排第一。所以缺乏安全感。所以我推出了“神装”，社会排序一下子就确定了，有神装的就是牛，没有神装就是渣。没有神装的门派，只能争夺天下第二，天下第二的心理压力比争天下第一的小多了，所以口水就少了。神装虽然不是只有一套，但是很难获得，相当于你要在游戏里各个地方都花 N 多心血，每个地方有可能产出的东西集合起来，才能做出神装。基本上，大部分人很难获得这个。这样把矛盾的爆发点无限期地向后推移了。”

3.4.2 统治者放弃了人民

当一款网络游戏的研发者和运营者不再继续对它进行投入的时候，这款游戏就会不可避免地走向衰落。虽然有时候，这个过程非常漫长，也有时候，会产生突然死亡。但是，不管哪一种情况，玩家都会经历一种近乎于亡国灭种的悲伤，因为投入了巨大时间金钱和情感的一个虚拟社会消失了，对玩家的冲击不亚于一次真正死亡。

《网络游戏管理暂行办法》第二十二条规定：“网络游戏运营企业终止运营网络游戏，或者网络游戏运营权发生转移的，应当提前 60 日予以公告。网络游戏用户尚未使用的网络游戏虚拟货币及尚未失效的游戏服务，应当按用户购买时的比例，以法定货币退还用户或者用户接受的其他方式进行退换。”

然而，这个规定只是让玩家可以把尚未消费的虚拟货币退还成人民币，只保护了玩家的经济利益，并没有考虑玩家在过去漫长岁月中时间和情感的付出。对于玩家来说，金钱的付出相比时间与情感的付出，简直不值一提。

2009 年 6 月 7 日凌晨零时 3 分，长约 10 分钟的停服倒计时之后，第九城市运营的《魔兽世界》正式停服。在服务停运前 10 分钟的倒数计时里，10 个大区几乎所有玩家都停下了手中的事情，让角色走到游戏中最值得自己回忆的地方，静静享受《魔兽世界》九城时代的最后时光。部分公会会员站成 9C（第

九城市公司名称缩写)字样,并在游戏中放起焰火,用大喊的方式向伴随了自己4年的九城《魔兽世界》道别……当所有服务器全部离线、游戏画面定格的最最后一秒,数十万在线玩家不约而同地按下了截图键,将此刻留作纪念。

听听玩家们是怎么说的吧!

“……右侧是停止运营的公告,上面的日历写着即将的活动,都是安排好的,原本安排好的!于是莫名地有了一种伤感,有种世态炎凉的感觉。”

“整个下午我都坐在奥金顿的破烂废墟上的一处残垣上发呆,看着类似漩涡的天空在回旋,看着地上那些冤魂在痛苦着寻找他们自己都不知道要寻找的东西。忽然间我感到我此时与这些冤魂那么相像,唯一不同的是我是能够自主呼吸的……”

“听着9C网页上传来的May it be伤感的歌声,翻开残缺的《魔兽世界》相册,一切都是如此地清晰,宛如昨天,这一刻彻底泪流满面,百感交集,不是因为九城的离去,而是因为4年中的点点滴滴,感动,追忆,留恋,不舍,伤感,落寞,百味在心头。”

这仅仅是一次代理权的更迭,53天后,《魔兽世界》在网易手中重新打开,所有的玩家数据都保留原样。这不是一次死亡,只是一次休克,但依然引来这么多伤感和泪水,在玩家心目中,这已经不仅仅是一款游戏,而是写满了整整4年青春与欢笑的一册日记,翻到了最后一页。

第4章

游戏，第九艺术

人只有在游戏中才最自由、最本真、最具有创造力。文明是在游戏之中成长的，展开的，文明就是游戏。

——（荷）约翰·赫伊津赫（Johan Huizinga）

电子游戏的出现，不亚于艺术形式与娱乐方式的一次革命。虽然在中国，依然有相当多的媒体和守旧势力将电子游戏比作“电子海洛因”。但是越来越多的国家逐渐正视了游戏作为一种新的娱乐方式的存在，越来越多的人已经将电子游戏看作继电影和电视之后的“第九艺术”了。在这一章我们就来讨论一下电子游戏在艺术形式与娱乐方式中所处的地位，以及它本身包含的艺术元素。

电子游戏自诞生之日起就显示出了与其他的娱乐方式截然不同的一面，与电影和电视等传统娱乐方式相比，电子游戏从开始就以它的主动式、交互式的特点，将人们拖入一个数字化的虚拟世界，它通过时空上的转换和调度，让人实现过去人们只能在潜意识的想象中存在的梦想。这些都理所当然地使游戏成为人们最热衷的娱乐方式。

也许电子游戏就是带着艺术的气息诞生的，现如今的电子游戏包括了目前艺术形态的诸多形式：文学、美术、音乐、摄影、建筑等。它们被游戏有机地融合在了一起，构成了游戏中的虚拟空间：文学产生了曲折的游戏剧情，美术形成了优美的图像，音乐让我们听到优美的旋律。很多游戏不仅给我们带来了愉悦，更给我们带来了艺术上的享受。

越来越多的影视剧改编成游戏，越来越多的游戏改编成影视剧。譬如《阿

凡达》游戏就是电影导演卡梅隆亲自监制的，而《仙剑奇侠传》系列游戏，已经有三部被拍成了电视连续剧。

越来越多的小说改编成游戏，也有越来越多的游戏衍生出小说。你打开 iPad，能看《诛仙》小说，同时也能玩到《诛仙》的网络游戏。你在图书电商的网站上下单购买最新一代的《仙剑奇侠传》游戏的时候，也可以顺便购买一本仙剑衍生小说《仙剑前传之臣心似水》。

越来越多的动漫画改编成游戏，也有越来越多的游戏出版了衍生动漫画，更有难以计数的同人绘画作品。在日本，只要是稍微热门一点的动漫画，很快就会被游戏化。而稍微热门一点的游戏，多半也会出版绘画设定集，或者被改编成漫画或动画。

《勇者斗恶龙》、《魔兽世界》等众多著名游戏巨作都举办过交响音乐会。很多游戏都会单独发行游戏音乐 CD。至于游戏主题曲作为单曲销售，也是屡见不鲜的。很多著名歌手，都曾“触游”，为游戏演唱过歌曲。很多著名影星和配音演员，也都曾将自己的声线奉献给游戏。

《勇者斗恶龙》、《樱大战》等游戏都有相关的歌舞剧。游戏改编的话剧、广播剧和有声书更是多如牛毛。

马里奥的蜡像成了美国名人蜡像馆的展品，任天堂游戏主题公园也在筹建。

游戏中的电子竞技作为一项运动已经被正式认可。

游戏和电影一样，是一门综合艺术。游戏艺术也一定会继续对我们的未来产生更大的影响，至于游戏艺术会发展到什么样的地步，人们是否会面对一个“游戏化”的生活方式，我们将拭目以待。

4.1 雾里看花世界观

说到游戏的“世界观”，很多玩家都耳熟能详。经常看到评论中说，某某游戏世界观设定很宏大、很独特，很多游戏的攻略本中也有单独的章节叙述世界观。可游戏的“世界观”到底是什么，相信很多人说不清楚。想要成为一个合格的游戏开发者，不知道什么是世界观是不行的，这就好比一个人说要活下去，但是却不清楚自己是不是活着一样。想要成为一个游戏骨灰玩家，不知道什么是世界观也不行的，这种“高端大气上档次”的概念，一定要烂熟于心才行啊！

4.1.1 玄之又玄世界观

打开字典，它给我们的世界观定义是这样的：“世界观是对世界的总的和根

本的看法”，有点简约有点玄，有点“道可道，非常道”的意味。

打开哲学书，关于世界观又有这样的定义：“所谓世界观就是指建立在知识结构上的人们的思维反映，是知识影像反映在人们大脑思维里所产生的对于世界的看法和观点。”感觉有点拗口……还有这样铁口直断：“世界观从本意上讲，它是一种抽象的人们的思维反映。是一种不具体的抽象的观点和看法。属于思维知识的范畴。”

既然世界观是一种观点和看法，那么所谓的“世界观设定”难道会影响玩家的观点和看法？这可有点心理学和通灵术的意味了……能这么想的人，政治学一定满分，游戏这门学问却不及格。放心吧，没有一个游戏制作人是催眠大师或邪教教主，做游戏也不是在人脑植入芯片的X档案。所谓游戏“世界观”和哲学上的“世界观”虽然有着一些联系，但本源是不同的。

用在游戏中的“世界观”这个词，它的来源是东瀛日本。日本游戏业的发达是有目共睹的，我国游戏业在发展过程中向其借鉴了不少东西，当然也包括“世界观”在内。

打开日文搜索引擎，输入繁体的“世界观”三个字，你会得到相当多的结果，游戏有世界观，动画有世界观，漫画、电影、小说甚至诗歌、音乐统统都有世界观。当然也有哲学意义上的世界观。就如同“米”是度量单位，也是老鼠的最爱一样，世界观有哲学意义上的定义，也有游戏意义上的定义。“世界观”这个日本词汇，托了它是汉字而不是假名的福，就这样被生吞活剥到了中国，想不迷茫也有些难了。

4.1.2 寻根探源世界观

那么，游戏的世界观到底指的是什么？为了让大家印象深刻，我来带大家分析一下。

第一，世界观是可以设定的，那么它就是一个从无到有创建出来的东西，可以通过文字或图像或其他艺术手段传达出来的东西，可以被人们所认知、了解并接受的。

第二，世界观是可以被形容的，通常用来形容世界观的词汇有这样一些：独特、宏大、壮阔、厚重……其中最被滥用的是独特，如同一个既不漂亮也不聪明的女孩，我们只能以善良夸奖她一样，一个没有什么特色的世界观，我们同样可以用“独特”去形容它，这可真是世界观的悲哀。

第三，世界观是可以分类的。某日本网站将世界观分为以下类别：现代、历史、科幻、奇幻、空想世界、和风、洋风、中华风等。虽然不那么严谨，至

少有一些道理可循，武侠游戏大体是会被归类到“中华风”当中去的，《心跳回忆》自然属于“现代”的范畴。

关于世界观最简单的表述通常是这样的：

“在古老的猪龙城砦大陆上，生活着牛鬼蛇神四大种族，人们在大神“星星”的统治下，过着安居乐业的生活，然而，魔王“斧头邦”复活了，他封印了“星星”，将大陆纳入了他的黑暗统治。年轻的勇者小强，发誓要找到传说中的密宝“螺旋棒棒糖”，打倒魔王，拯救人类，于是和爱马旺财踏上了征途……”

通俗，简明，符合一般玩家对世界观的看法。但这并不是完整的世界观。

如果硬要给世界观下一个定义，这个定义应该是庞大而边界模糊的。就游戏而言，世界观是灵魂也是铁则，游戏中表现出来的一切都不可与世界观相悖。世界观是贯穿游戏始终而恒久不变的要素。设定一个游戏的世界观，就是设定一个未必存在于现实和历史之中的完整世界的所有法则。它必须可信、完整、符合逻辑而不存在自我冲突。它不仅仅是故事背景，而是整个世界。

有一个关于地理学的定义很有趣：“地理学是以地球为人类之住所，而研究其自然、人文两方面诸般现象之科学。”借用这个定义，我们可以给游戏的世界观下这样一个定义：“**游戏世界观就是游戏所在的世界，自然、人文两方面诸般现象的总和。**”看吧，这样一个定义和哲学上的定义有多大的不同。如果以哲学观点研究游戏世界观，恐怕永远也找不到答案。

4.1.3 有容乃大世界观

那么，一个完整的游戏世界观应该包含哪些方面呢？

历史：包括这个世界从过去到现在发生过什么和正在发生什么，发生过的事件、过去的人物对现在的影响等。这就是我们通常说的历史背景。在《超级玛丽》中，因为有了碧姬公主被绑架这个历史事件，才有了主人公马里奥的一系列冒险。

政治：世界有无国家、城邦？不同国家的政体分别是什么？国与国之前的关系怎样？有哪些政治领袖？《三国志》当中，三国鼎立的格局和其他大小小政权之前的斗争构成了这个战略游戏的基本框架。

经济：这个世界的主要生活资料是什么？产出是什么？经济体系如何？货币、流通以及交易状况是怎样的？社会中无因经济划分的阶层，各个阶层的经济地位和生存状态如何？对于一款大型多人在线网络游戏来说，经济体系是至关重要的，稍有不慎，将会导致通货膨胀，严重影响游戏的平衡。在《宿命传说》系列中，贫富差距造成的阶级对立成为游戏冲突的本源。

道德：这个世界的道德体系是怎样的？善恶的标准呢？有无宗教信仰或原始崇拜？价值观是怎样的？在《楚留香》中，楚留香不会杀死任何一个人，一切都交给法律解决，而《射雕英雄传》里，洪七公却大义凛然地说出自己杀了上百名邪恶之徒。很明显，两者的价值观是不同的。在《光明与黑暗》系列中，教堂是复活和存储的场所，而在《牧场物语》中，这个场所是自己的小屋，可见宗教对世界的不同影响。

种族：这个世界有哪些种族？他们之间的关系是什么？每个种族的生物学特征、人文风俗又是怎样的？在很多武侠游戏中，人是唯一的种族，展现出一个在历史中或曾存在过的江湖，怪物只不过是迷宫中用来练级的道具，没有任何情节涉及人和怪物的关系。而在《仙剑奇侠传》中，女主角赵灵儿就是非人的女娲族，和人类相比，女娲族具有强大的法力和变化成蛇的能力。人类的蜀山派和非人种族之间的冲突构成了游戏冲突的一个重要分支。

环境：指的是世界的自然环境和人文环境。在《模拟城市》中，环境是一个当代的城市。而在《大航海时代》里，环境是全球的大陆和海洋。

人文：包括建筑、服饰、文化等各个领域，以及科技的发展程度。对于奇幻世界观的游戏来说，是《龙与地下城》式的纯粹剑与魔法的世界？还是《梦幻之星》那样，以机械为主导，辅佐以剑与魔法？同样是中国古代题材，有《轩辕剑》那样相对忠于历史的服饰设计，也有《仙剑奇侠传三·问情篇》那样融合了现代审美情趣的服饰设计。在《最终幻想》系列游戏中，有马车、路行鸟等不依赖于科技的交通工具，也有飞空艇、机械飞龙那种较高科技发展程度才能制造的交通工具。

除了以上列举的之外，根据游戏内容的侧重点不同，还有关于军事、哲学等其他方面的内容。

4.1.4 是是非非世界观

世界观既然可以设定，就有好坏之分。那么，什么是好的世界观呢？

首先，好的世界观必须完整，不仅以上所说的各个方面全部具备，而且之间要具有一定关联性。譬如这样的设定：

“这是一个沙漠环境的国家，为躲避酷热，所有建筑都是半地下的，甚至开发出一个庞大的地下城市。人们的服饰都是具有高反光效果的白色袍子。为防止食物腐败，流行辣味料理。流行的交通工具是个人负载的太阳能喷气背包。信仰水之女神。由于缺乏水源，这里的人种身体结构特异，可以以任何液体代替饮水，但是完全没有电解质的纯净水，对他们来说却是毒药……”

这个设定虽然简单，但是其中所有的一切，都是围绕沙漠而引申出来的，相当完整。

其次，好的世界观必须可信。世界观未必是真实的，如果一切都和现实相同的话，也就没有设定的必要了。非真实的世界观要做到能够被玩家认可和接受，也不是一件很容易的事情。多啦 A 梦的口袋里有无数神奇的道具，无论是什么样的要求，它都能拿出适当的道具去解决它，而且还非常简单和直接。这绝对不真实，但是上至 50 岁下至 5 岁，很多人都能接受并认可。

另外，好的世界观必须一致。也就是说世界观的各个方面，没有自相矛盾的地方。如果我们设定人是惧怕并排斥兽人的，一见到兽人不是逃跑，就是杀之后快，那么就绝对不要在人类的城市中安排一个兽人铁匠。在《名侦探柯南》中，每次到了关键时刻就沉睡的毛利小五郎，这一细节非常不真实，简直将所有人都当傻子，但是即使这样的设定也要咬紧牙关坚持下去，如果某个故事中出现了一个皇帝新衣中的诚实小孩，揭穿了毛利小五郎其实是真正在沉睡，破案的另有其人，恐怕这个故事也无法继续下去了。

还有，好的世界观必须映射入游戏中的每个细节之中。还是继续刚才兽人的话题，就以猪八戒为例子吧！（他应该算是一个典型的兽人）下面就是不同世界观之下，一个人类姑娘见到猪八戒的不同对话：

人与兽人敌对，且人惧怕兽人：“啊——！猪八戒！救命啊——！”（吓得浑身瘫软并哭泣）

人与兽人敌对，且人并不惧怕兽人：“小强哥！快来，这里有个兽人，快帮我杀死他！”

人与兽人敌对，且兽人统治人：“（小声）……是猪八戒大人，太可怕了……”（低头不敢看）

人与兽人和平相处，但兽人的地位低于人：“嘻嘻～看那边！多古怪啊，我从未见过这么难看的兽人！”

人与兽人和平相处，且人仰慕兽人：“啊！是猪八戒耶！他可真英俊，真羡慕高小姐啊，能嫁给这样的名人。”

最后，好的世界观要能激发玩家的情感。做到这一点不容易。很多游戏会令玩家希望成为游戏的主角，但是很少游戏能让玩家发出“如果生活在这样的世界中该多好啊！”的感慨。不仅仅是“希望生活在其中”这种正面的情感代表世界观的设定水平，负面的情感也是同样，“幸好我不是生活在这样的世界”这种想法也代表世界观塑造的成功。

林林总总说了这么多，相信大家已经了解世界观是什么了，最后提醒大家

的一点就是：世界观的设定和营造，绝对不仅是策划的事情，更不仅是一小段文字描述，而是策划、美术通力合作的结果。图像中传达出的世界观信息，绝对不比文字少。

4.2 游戏的中庸之美

人类有 75%~87% 的信息是通过视觉获得的，同时，人类更有高达 90% 的行为是由视觉引起的。

在游戏中，90% 以上的信息是通过视觉传达的，仅有不到 10% 的信息是通过听觉传达的。而且在有些场合，玩家出于种种原因，会将设备的声音关闭，所以这一进步提升了视觉信息在游戏中的重要性。

而触觉在游戏中的应用，对于设备依赖很大。虽然在移动设备上，触控操作已经成为主流，虽然在游戏主机上，大部分手柄都具有震动功能，但是目前体感设备在游戏上的应用，还处于起步阶段，仅限于输入操作，而很少有力反馈一类的输出回馈。玩家对游戏的操作结果，也很少能以触觉的方式体现出来。但相信不久的将来，会有越来越多的游戏通过触觉传递信息，那时候，人类的游戏体验将迈上一个新台阶。

下面，我们就来探讨一下游戏艺术中的视觉表现。

所谓人格魅力，就是看起来像所有人。了解这一点可能有助于我们预测下一任美国总统是谁，也有助于我们在浩如烟海的游戏中寻找下一个大作。那么我们就根据这个判断研究一下，所谓游戏魅力到底是什么？难道是看起来像所有游戏的大杂烩？似乎有那么一点意思，但是不够准确。**最有魅力的游戏是最能取悦所有人的游戏。**

那么我们首先看看在中国运营过的欧美游戏吧，成绩辉煌且硕果仅存的，只有《魔兽世界》一款而已。我们试着把《网络创世纪》、《无尽的任务》、《EVE》和《魔兽世界》这几款著名的欧美游戏做一个对比，从这四个游戏中分别任选一张截图，放在一起（图 4-1），我们很容易就会发现，《魔兽世界》相比较而言更加符合东方人的审美情趣，而其他三款游戏都具有更强烈的西方风貌。

《魔兽世界》故事背景是偏西方的，但是很多画面细节带有日式奇幻游戏的特征，整体颜色明艳而不暗黑，无论是角色还是场景，都介于 Q 版和写实之间，角色的头身比是如此，一些小细节的处理也是如此。这种中庸的风貌使它可以在世界上绝大多数国家通行无阻，除了角色不够美这一点，可能会让一些东方

女性玩家心存怨念之外。



图 4-1 左上到右下，分别是《网络创世纪》、
《无尽的任务》、《EVE》和《魔兽世界》的截图

再来取一张《魔兽世界》的截图，取一张被全地球人交口称赞的北京奥运会开幕式录像的截图，我们又可以发现，它们在用色上何其相似：艳丽而明快的色彩堆叠在一起，重视光感效果和大面积的色块对比。看来被地球人认为美的东西都是一样的，不美的东西则是各花入各眼。

所以，一款游戏想要大受欢迎，想要抢占某一类型游戏的金银铜牌，就要既不能太刚，也不能太柔，既不能太亮，也不能太暗，既不能太实，也不能太Q，既不能太硬派，也不能太柔媚。中庸是最重要的！

就算是Q版游戏，一般人会觉得Q版等于可爱，没有什么软硬之分，其实不是的。就说很Q的1~2头身Q版游戏吧，《跑跑卡丁车》就是中性的，而《哈宝》，当然是硬的，日本的《幻想传说》，则是软的（图4-2）。

所以说，一些具有独特风格外观的网络游戏，可能会取得相当不错的成绩，但是夺取某个类型的前三名，则非常困难。暴雪公司显然已经发现了这个规律，因此《暗黑破坏神3》跳出前两代的极度暗黑风格，更偏重明快的风貌，不管玩家如何呼天抢地，反正暴雪明白，这些又哭又叫的都是铁杆粉丝，就算《暗黑破坏神3》用日本少女漫画家做人设他们也会买的，游戏要取悦铁杆粉丝之

外的芸芸众生，才能获得更高的销量。



图 4-2 从上到下，依次是《幻想传说》、《跑跑卡丁车》和《哈宝》的截图

4.3 角色，光影中的美好

游戏离不开角色，这是毋庸置疑的。虽然“角色扮演游戏 (RPG)”只是众多游戏类型中的一个，但是，严格意义上说，任何类型的游戏中都有角色存在，玩家都需要扮演一个角色。在射击游戏中角色是飞船，在战略游戏中角色是君主，即使这个角色并没有实体化地出现在游戏中，它也是存在的。

在大多数游戏中，玩家扮演的角色是会出现在游戏画面中的，其中以人形和类人形角色居多。人形角色包括人类、兽人以及各种奇形怪状的人或者机械人。他们共同的特点就是有头、躯干和四肢，并且像人一样直立行走。而类人角色包

括兽类、怪物和机械等，虽然没有近似人的外形，但是他们有思想，能交流。

游戏中角色的塑造是通过其外貌、属性、背景和言行综合体现的。由于游戏的空间有限，不可能像小说、影视那样浓墨重彩地描绘角色的表情、动作和内心世界。因此，利用有限的资源令角色更鲜活、丰满，便需要更深的功力，更高的技巧。下面，我们就以最常见的武侠游戏为例，谈谈角色塑造。

4.3.1 第一眼的风情

游戏的第一印象是画面，而角色的第一印象是外貌。外貌中可以体现角色很多方面的东西。

对于外貌来说，细节很重要，约定俗称的观感也很重要，就以最简单的长马尾辫为例吧！这个发型是长发女性最简单而实用的发型，在古今中外的各色角色身上都出现过。

最常见的是将长发收束在脑后发际最下端中央位置，这是一个百搭的发型，不加任何装饰是清新自然，顶上凤冠珠花就是富贵奢华。梳这个发型的角色，给人以中规中矩的女性感，温柔、细腻、平和。

只要稍稍改变头发收束的位置，上抬到后脑中央顶心位置，做成一个高马尾，角色立刻变得不同，整个人能散发出更加逼人的光芒。这种发型的女子，给人的感觉是活跃的、流动的、激情的、喧闹的。由静到动，年轻的活力似乎从头发中灌注出来，灌注出一个青春活泼的明朗少女。例如《饿狼传说》中的不知火舞。

回到最初的低马尾，让收束稍微偏离中央位置，移到侧面，整个马尾绕过肩头，搭到胸前来，对了！就是《仙剑奇侠传》中林月如的发型。这种发型，给人的感觉是两面的，既温柔羞怯，又大方果敢，且带有一点有独立自强，勇往直前的意味，像酒，静静在那里的时候纯净如水，可喝下去却又浓烈如刀。

还有一种变形的马尾，就是收束不在发际线附近，而是放低到接近发尾的1/3处，典型的“大和抚子”式的和风造型。温柔而母性，和熟女或温婉的角色最为速配。例如《传颂之物》中的艾露露（图4-3）。



图 4-3 从左到右：不知火舞、林月如、艾露露

仅仅一个单马尾辫，就蕴含了这么多丰富的感观内容。一个角色身上类似的细节有十几处，如果每一处都用心设计，那么仅仅从外貌上，就足以表现出角色的全部了。

4.3.2 名如其人

中国是个很讲究名字的国家，传统上认为名字可以对一个人的命运产生影响，还有对于名字的各种忌讳和风俗等，这些在其他国家中是不多见的。然而在文学艺术创作中，角色名字对于角色身份、个性的呼应，在各个国家的作品中都能见到。对于角色的命名，太过于卖弄机锋会令人反感，而完全没有含义则又太草率，毕竟，放弃了名字这样一个很好的角色塑造途径是很可惜的。

《红楼梦》中角色的名字，几乎个个都有出典，但同时又都美丽动听，符合角色特色，是角色命名方面至高的典范。《乱马 1/2》中那对中国男女活宝——珊瑚和沐斯，其实就是“香波”和“摩丝”的谐音，这个含义有些恶搞，但看在珊瑚和沐斯的名字还算好听，也颇有中国风的份儿上，这种恶搞也就可以接受了。《倚天屠龙记》中的毒术大家王难姑，名字的来源是中国古代医学典籍《难经》，但这个名字既不好听，也不真实，谁家父母会给自己女儿取名“难姑”？又怎么知道她将来会在毒术上有所建树？比较而言，另一部金庸小说《飞狐外传》中的角色程灵素的名字就更合理，同样是毒术名家，名字同样来自医学典籍《灵枢》和《素问》，但名字好听，且女性化，字面的感觉也契合角色性格，更重要的是，她是师父收养的孤女，而师父就是毒术名家，给她起这样的名字便合情合理了。

名字和发型等外貌细节一样，有着自己独特的观感，关于这一点，张爱玲在其散文《必也正名乎》中有精妙的描述：

三和七是俊俏的，二就显得老实。张恨水的《秦淮世家》里，调皮的姑娘叫小春，二春是她的朴讷的姐姐。《夜深沉》里又有忠厚的丁二和，谨愿的田二姑娘。……“柴风英”、“茅以俭”，是否此中有人，呼之欲出？茅以俭的酸寒，自不必说，柴风英不但是一个标准的小家碧玉，仿佛还有一个通俗的故事在她的名字里蠢动着。

我开发的游戏《功夫 Online》中的刀宗师名叫宫赤月（图 4-4），看字面的感觉是独立且带有一丝阴狠狡黠。名字中的“宫”暗合她的经历和宫廷有关，“赤月”并非她的本名，而是她在宫中做舞姬时的名字，她所属的这一组舞姬，都以“月”命名。而“月”通假“刖”，暗示其受过“断足之刑”。此外，在游戏属性设定中，“刀”这一派的功夫属于“兑”卦，对应颜色刚好为“赤”。



图 4-4 《功夫 Online》中的刀宗师宫赤月

国产游戏在命名角色的时候，通常有这样几个误区，其一为美感泛滥，男主角叫清风、明月，女主角叫灵凤、水菁，凡是贵族必用复姓，美则美矣，但流于空泛，缺乏特色，且看上去像同门师兄妹，名字都是根据一个套路起的。其二为故意装酷，例如恨如真、东方尘寰、西门天魔等，这样的名字足够怪，足够酷，可也足够没文化，空有外表，全无内涵。还有一些就是值得注意的小细节，例如：如果没有特殊意义，名字中尽量不要出现可作为姓氏的字，主要角色尽量不要重姓，一部作品中尽量不要有 2 个以上的角色名字使用叠字等。像古龙那样，几十部作品的第一男主角没有一个重姓的，那才是精致的典范。

4.3.3 听其言

用对话塑造角色，是游戏中的基本手段，也是最重要的手段。对于那些没有配音的游戏来说，文字就是对话的全部。对话要符合角色的身份、个性，更要做出特色来。千人一面的对话是不可取的，营造角色对话的个性，也有一些简单的小技巧。

称呼：根据游戏中角色之间的关系和感情，不同角色之间互相的称谓也不同。连名代姓的称呼很直接，但带有些许不认同，也可用来表现角色耿直、粗疏的个性。“某某兄”的称呼很古典，文雅且客气，令人在头脑中浮现温文尔雅的角色形象。“某某哥”则别有一番勾肩搭背的亲近，不拘小节的随和。简单的只称呼名字或别号带有少年漫画式的热血，和“同伴”这种关系最为契合，是

亲近感的自然流露。“某哥哥”的称谓，是单独为女孩子准备的，透着小儿女的旖旎风情。而其他特殊的称谓，如绰号、某儿、阿某等也是武侠文化中很常见的称谓，能够更进一步体现双方的关系和性格特征。

口头语：生活中几乎每个人都有口头语，但常见的口头语多为“说真的”、“但是”、“可能”、“这个”等没有太大意义和特色的词汇，而塑造角色，则必须为其设置一个合理且突出的口头语。譬如“没问题！”“看我的！”适合热血且稚嫩的男性角色或者不负责任的浪子。而“不知道耶~”更适合天真娇憨的小女生。“听说”、“据说”适合圆滑而无主见的角色等。

语言特色：不是所有角色都需要语言特色，但适当的语言特色能大幅度地丰富角色。譬如语言上的一些毛病口吃、大舌头等，像是《红楼梦》中史湘云将“二哥哥”说成“爱哥哥”的细节，就很生动。短句、不连贯句、不合理断句等适合表现机械人和兽人。像《梦幻之星四》中的机器人同伴角色的口头语就是“理、解、不、能……”。还有方言、错误语法的运用，可以表现不同地域的人以及外国、外星球人的特征。短句不仅可以表现角色惜言如金的个性，适当调整语气词汇还能营造角色“酷”的一面，如果剧情需要角色的存在感薄弱，那么短句也是比较好的解决方式。冗长的句子则可表现角色“贫”的特征。

4.3.4 观其行

在一般游戏中，角色的动作是比较受限制的，行走、奔跑加上少量的其他动作就构成了行动的全部，不可能像影视剧一样有那么丰富的表现，但能为无米之炊的，才能称得上巧妇，以动作塑造角色是更显功力的一环。

就以最基础的 NPC 为例，仅仅是简单的站立动作，配合不同的地点设置，就有不同的效果。流水之上，小桥栏杆旁，一位书生儒衫折扇，面水而立，出了优雅和俊逸，是否还能令你想到才子佳人？想到孤芳自赏？甚至想到“尾生与女子期于梁下，女子不来。水至不去，抱梁柱而死……”的亘古悲剧？侧站在树后的 NPC，可否在偷窥，或者是躲避什么？面对墙角而立的那人，是否遇到了什么难处？或者墙角处埋藏着什么大秘密？

加入走动之后，动作所能表达的语言就更加丰富了。一个村庄中，如果有三五个孩子绕着泉眼追跑打闹，会平添几许生气。而排列成一对慢慢悠悠走来的怪物，配合上滑稽的造型，会令人在紧张的战斗中忍俊不禁地笑出来。反复踱步的 NPC，看上去就是心事重重的样子，上前搭话的话，应该能获得重要的线索。

对于主要的角色，一个招牌动作可以令角色深入人心，因为动作相比文字，

更有感召力和带入感。如《仙剑奇侠传三》中的景天，他的招牌动作是搔后脑，这个略带稚气的动作不仅能体现其精明、好算计的小商人本色，而且带有很强的感染力，很多玩家看到这个动作都会有脑袋痒痒的感觉，甚至在生活中不自觉地做出这个动作。

游戏中角色的塑造是一门大学问，全部讲下来，一本书也说不完，这里所讨论的武侠题材游戏中角色的塑造仅仅是冰山一角而已。其他如怪兽或者宠物角色的塑造，比角色还要复杂很多，但道理都是一样的，首先要丰满，其次要让人喜爱。好的角色可能不会保证一个游戏的成功，但是可以保证让一个游戏备受怀念。

4.4 文化，东西方裂变

曾经有这样两则新闻。一个发生在中国，一个发生在法国，都是政府为解决待业青年过多而采取的举措。中国的措施是建立毕业生就业见习基地，让大学毕业生接受为期一年之内的低薪或无薪职业见习，以培养基本职业技能。

而法国则是出台的《首次雇用合同法》，内容则是雇主可以在2年试用期内无条件解雇26岁以下的职员，只需提前15天告知被解雇者就行。旨在为法国企业松绑，让他们大胆雇用青年人，为青年人创造更多的就业机会。

两个国家的政策产生了两种不同的结果，中国则是波澜不惊，连网上的评论都比较少。而法国则暴发了大规模的游行示威。

两国政府都是出于善意去解决青年失业和就业问题，但思路因为东西方文化差异而产生了截然不同的解决方式。两国面对的问题是一样的：岗位少，待业人员多，企业不愿意雇用没有经验的青年人。

东方思维采取的措施是：增加岗位，降低企业的雇用代价而促使他们愿意多雇用人。且由此产生的正面效果是：社会上无业人口的减少（这一点对于社会稳定有着更深层的积极意义），而负面效果是这些见习人员没有获得足够多的报酬。

而西方思维采取的措施是：岗位就这么多，大家轮流做。提升企业的雇用自由度以促使他们愿意多雇用人。但由此引发的额外正面效果不多：企业解雇员工更方便勉强可以算一个。负面效果则不少：岗位没有增加，青年人的职业生涯更动荡，挫折感更多，工作更没有保障。会引发游行示威可想而知。

由此可见，东方思维解决问题，善于釜底抽薪，在问题之外寻找解决方案，把问题扩大，并且稀释，而西方思维解决问题，则喜欢头痛医头，脚痛医脚，

哪里有问题就在哪里打补丁，如果补丁产生了其他问题，就再打几个补丁。

这种差异，中医和西医表现得特别明显，中医治病，针对全身，调动全身的机制去围剿病灶；而西医治病，则是有炎症就消炎，有病变就切除。东方思维，更适合解决复杂系统的问题，尤其是面对一团乱麻，牵一发而动全身的局面，而西方思维，更适合解决孤立的、明晰的问题，有药到病除的功效。

说了这么多，还没有提游戏，网络游戏是个复杂的系统，甚至在某些方面是个简化的人类社会，它之中存在的问题，更多的是复杂的问题，用东方思维去解决更为有效。

譬如一个法术或一个技能太强大了，西方游戏的解决方式通常是，增加吟唱时间或冷却时间，限制使用次数、间隔或场合，降低强度等，都是围绕这个法术或技能本身做文章。而根据东方思维，则应该从全局的角度看问题。如果这个法术或技能是专属某个职业的，那么其他职业就应该设计与它匹配的法术或技能，或者这个职业有其他显著的弱点。如果这个法术或技能是专属某个属性的，那么至少有一个属性可以克制它，并且其他属性的同等级法术或技能应和它对等。

如果一款网络游戏中，有太多的玩家没有事做，西方的做法通常是建立副本、增加任务、开设竞技场等，由游戏系统提供更多事情让玩家去做，当然，设计和开发成本也不小，周期也不会短。但如果采用东方思维，则很简单，如果没事做，就让玩家互相之间没事找事就好了，PK 啦，攻城啦，师徒啦，娶媳妇盖房子啦，总之你们自己玩，作为系统只管袖手旁观就好了，“无为而治”就是这个道理。这也是很体现动物本能的，小动物没事做的时候，无非也是互相打打闹闹，追追跑跑，或者嘿咻嘿咻而已……

4.4.1 中庸之道和模糊理论

大约中西服装哲学上之不同，在于西装意在表现人身形体。而中装意在遮盖身体。

——林语堂《论西装》

中式服装的连袖式剪裁取自人双臂平伸略下垂的姿势，是人较为自然随意的姿势，常见的 3D 人物模型也是以此姿势作为常规姿势的。以这种姿势为标准制成的服装，在人类活动的大多数时候是相对舒适的，当人双臂下垂的时候，腋下会有些臃肿，但不至于特别不适，当人双臂上举的时候，衣襟会提拉，肩膀部分会出现褶皱，但也不会特别不适。可以说，中式服装是完全秉承儒家中庸之道的杰作。

而西装则不然，双片式的装袖，甚至连人手肘的曲度都很好地勾勒出来，肩、臂、腋下无一不帖服，自然得犹如第二层肌肤，但，这仅仅限于人双臂下垂的状态，只要人的手臂稍微一活动，西装的问题就出现了：即使是揉眼睛或者梳头发等常见动作，也可以体会到西装和肌肉在较劲，至于把手臂上举，更需要凭空多消耗一倍卡路里。经常穿西装乘坐公交车，需要举手拉上方拉手的人，一定对此深有体会。

在人的手臂处于上、中、下三个状态的时候，中式服装选择了“中”，“中”最舒服，上、下都略有不舒服。而西装选择了“下”，“下”最舒服，“中”略微不舒服，“上”极为不舒服。从平均数看，自然中式服装占优，这也是林语堂老先生《论西装》的主要观点所在。可西方人也有他自己的道理，那就是：人最常见的姿势，还是手臂下垂。我为最常见的姿势做设计，有什么不对的吗？在这里很难评价谁是谁非，因为侧重点不同。类似这种分歧，在解决游戏问题中，也是非常常见的。

随便找一个西方的游戏排行榜，一个东方的游戏排行榜，做一个对比，我们会发现，在前十名的游戏中，西方游戏排行榜里经常出现一些用户群狭窄的游戏，篮球、滑板、飞行模拟、摔跤，几乎都直指青少年、男性、特殊爱好群体。而在东方游戏排行榜里则截然不同，武侠、玄幻、历史……都是老少通吃的题材。MMO、卡牌、战略……也都是男女皆宜的类型。任何一类游戏榜单的前三名上，都很少见到体育类、赛车类游戏的身影。翻开日本的游戏杂志《FAMI 通》我们看到的前三名是《脑力锻炼》、《动物之森》、《马里奥赛车》这样的游戏，更是上至九十九、下至刚会走的人都喜爱的中庸游戏。

很多欧美游戏，在属性值的计算方面，经常采用很复杂的公式，当公式无法适应整个游戏流程需要的时候，就给公式加一些限制条件。譬如“当玩家等级在某某和某某之间的时候，经验值的计算公式为某某某某；当玩家等级在某某以上的时候，经验值的计算公式为某某某某开方乘 4 的三次幂”等。而到了东方，传统的日式角色扮演游戏最擅长的就是做大表，第一列是 1 ~ N 的等级，第二列是经验值，经验值是根据经验或者一些简单公式算出来一些大约值，但真正做到表里并不根据公式生成，而是填写进去，调整平衡的时候，也是根据情况和经验随意加减。甚至某个著名日本游戏中的怪物 AI 都是查表得来的，怪物什么时候用大招，什么时候普通攻击，都是从两个大表中顺序抓取的，并不是什么随机数，更不是公式。而在玩家眼里，这款游戏的 AI 是那么复杂、神秘而人性化。

4.4.2 东北乱炖和佛跳墙

西餐虽没有明确出色香味的说法，但是对于“色”，还是蛮重视的。拿一个大盘子，一角铺上奶油生菜，上面卧着主菜，主菜上调味汁淋成可爱的形状，法香在这边，萝勒在那边，刻花的小番茄和胡萝卜在另一种调味酱的簇拥下堆积着，看上去倒像一幅疏密有致的中国画，美丽而不乏留白。

而中国菜，虽说开宗名义“色”字当头，却不大能继承国画神韵，红黄绿白黑，炒成一锅，每样颜色都有点，就算应付了“色”字，就算有盘饰，也多半是围成葵花向阳，或者点缀一角。倒有几分莫奈和梵高的随意。

西餐是讲究的，食物间的配伍丝毫不乱，中餐是随意的，《报菜名》中的熘鲜蘑、熘鱼脯、熘鱼肚、熘鱼片儿……其实是一回事，就是主菜换了。中餐还喜欢把各色原料放在一起烹调，什么火锅、乱炖、佛跳墙，都是一个道理，除了中医中明令禁止放在一起吃的东西，什么荤素海鲜，飞禽走兽，都给它来个一锅烩，味道倒也不差。

说到做游戏，东方人也喜欢这么搞：回合制太沉闷，即时制太紧张，那么就来个半即时制；2D 太传统，3D 太复杂，那就搞一个 2.5D；角色扮演游戏（RPG）的迷宫很讨厌，战斗太无聊，战略游戏（SLG）过于硬派，人物不丰满，情节太单薄，那就让它们合体，搞个 S·RPG……不是说西方没有半即时制、2.5D 游戏或者 S·RPG，而是东方数量更多，比例更大，开发者更热衷，而玩家更喜欢。其他诸如 Q 版人物和真实比例的混搭，2D 和 3D 的结合等，也是东方游戏运用得更加游刃有余。

说到网络游戏，因为可以持续开发，更加合了东方开发者的胃口，于是网络游戏是个筐，什么都往里装。养宠、结婚、副本、国战，不管原本是哪个游戏的，只要好玩，就统统放进去！玩家也高兴，恨不得买一张月卡，玩一个网络游戏，就能玩遍世上所有网络游戏的系统。既要有中国功夫的动感，又要有 CS 一击毙命的快感，还要有恋爱游戏的美感……这可能就是很多中国玩家理想中的网络游戏吧？

同样是把乱七八糟的原料放进一个锅子煮，可是东北乱炖不值钱，谁家的翠花在厨房鼓捣半个小时都能端出一锅来。而佛跳墙就没有那么简单，原料珍贵不说，每种原料下锅之前都要经过复杂的加工程序，光蒸就要蒸两天，而后才能一锅烩，非高档饭馆不能经营，甚至还要预约。所以说，游戏的“乱炖”未必就是没有创意的抄袭，也未必是毫无意义的“大而全”，筛选原材料，精心

烹调，再加上高超的技艺，乱炖也能变成身价不菲的佛跳墙。而像西方人那样，专心致志沿着一个游戏做下去，不受花花世界的诱惑与干扰，也能出好产品，譬如《EVE》便是。

4.5 游戏的死亡美学

世界乃一断臂的袖，
你来时已空无所有。
两掌伸展，
为抓住明天而伸展。
你是初生之黑，
一次闪光就是一次盛宴。

——洛夫《石室之死亡》

虚拟性，是游戏的最大乐趣之一，我们可以在游戏中去体验现实中无法做到的事情，譬如去别人家里翻箱倒柜，譬如驾驶航天飞机，譬如率领百万大军，譬如肆意杀人，抑或和无数美女恋爱。这些有趣的事情，不断提醒着我们现实人生的平凡，吸引我们沉迷到具有无限可能的游戏世界中去。

若说游戏人生跟现实人生最大的不同，那恐怕就是死亡了。人只有一次生命，也只能死亡一次。而在游戏中，死亡几乎是家常便饭，在游戏中我们不仅有 *N* 条命，还有 Continue，甚至可以使用 Save-Load 大法让一切重新来过。

其实，在传统游戏（非电子游戏）当中，根本不存在死亡，而只有失败。譬如篮球游戏，分数比较低的一方是失败方，但并不会死亡。其他人与人互动的传统游戏莫不如此，除非是生死决斗或者战争，但那已经不算是严格意义上的游戏了。

即使在电子游戏中，失败也并不总是等于死亡，当你在一款赛车游戏中疾驰，可惜却是最后一个冲过终点的时候，画面上出现的文字是“Lost”而不是“Dead”，你冲口而出的一句话是：“又输了！”而不是“哦！我死了……”但是，在另一个游戏中，我们依然在游戏中扮演（驾驶）一辆汽车，但这辆汽车其实是个机器人，他有思想，有语言（你可以把它想象成擎天柱大哥），他在跟敌人作战中失败了，被打成一堆冒着黑烟的废铁，如果再配上悲壮的音乐，这时候，你脑海中涌现的一定是“死亡”，而不是“失败”。不管你还有几条命，这都是一次真切的死亡。

这是不是说明，只有当我们在游戏中扮演一个生命体的时候，我们的情感才比较倾向将失败与死亡相联系呢？未必！即使你在游戏中扮演的角色跟生命体一点相似性也没有也是同样。譬如《迷你害虫》中的那个小三角形的子弹发射器，它没有名字，没有对白，没有思想，甚至只有左右移动和发射子弹两个功能，但是当它被害虫击中，在一团烟雾爆炸中消失的时候，还是会让你感觉到：“我死了……”

所以，游戏中的失败会被认定为“死亡”，仅仅需要具备这样的条件：玩家在游戏中扮演的角色的失败情景，和真实世界生命体死亡的情境有一定程度的相似性。这种“失败”，具有一定“死亡”的特征，可以让人联想到死亡。这些特征包括：

- 角色形态的毁坏。譬如人变成尸体、飞机变成残骸等。
- 角色形态的转变，这种转变仅限于象征死亡的转变。譬如人变成白骨或墓碑、宠物变成幽灵等。
- 角色形态的弱化。譬如角色形态变透明、变红等。
- 角色形态的消失，这种消失常常伴随着爆炸、烟雾等特效，最终角色将不复存在。

游戏的“失败”就是游戏的一个阶段性结束，需要重新开始。在通常状况下，在游戏“失败”这个大集合中，包含着游戏“死亡”这个小集合。但在有些游戏中，死亡也未必一定是失败，死亡后的角色，呈现灵体的状态，可以被操作，游戏并没有结束。当玩家达成一定条件后（杀死一定数量的敌人或者抵达特定地点），角色可以复活，游戏得以延续。而在灵体状态下再被杀死，游戏才算真正失败。通常这种设计并不是简单的两条命，灵体状态的关卡难度、角色能力和生命体状态是完全不同的。

现实中，死亡最大的特征就是一次性和不可逆性，一旦死亡降临，人生的一切都结束了。所以，人们才惧怕死亡。而通常游戏中的死亡，却不会有这么严重的后果。一般来说，单机的角色扮演游戏，角色死亡之后可以从上一个存储点继续游戏，犹如乘坐了时光机器，回到了过去，重新踏入另一条人生河流。而很多动作游戏则更干脆，只要你还有命，你可以马上原地满血复活；即使已经没有命，也不过是从关卡的开头再开始。都不需要付出什么代价。

网络游戏和单机游戏的明显不同，就在于单机游戏中，死亡之后可以回到从前，而网络游戏则只能向前流动，死了，可以复活，但已经无法回到死前的状态。

在大部分大型多人在线网络游戏当中，死亡通常是有惩罚的，掉装备，掉

经验，掉等级，需要一个复活过程，或者持续一个异常状态等。而很多休闲网络游戏，则压根儿就没有死亡这回事，角色永远活着，只会经历竞争中的失败，而不会经历死亡。

在有些游戏中，存在着所谓的“死亡模式”。这种模式就是角色一旦死亡，就会被打回原形，之前积累的一切都清零，玩家需要从头开始。这是一种最接近现实中生命与死亡形态的一种游戏模式，让人充分感觉到生命的可贵和死亡的震撼。这种模式在单机游戏和网络游戏中都有出现。最早期的很多动作或射击游戏不能存档，虽然死后可以从本关卡重新开始，但如果一旦中断游戏，下次再玩则要从头开始，这应该也算死亡模式的一种雏形。《暗黑破坏神》系列中出现的“Hardcore”生存模式，可以说是死亡模式的一种淋漓尽致致的体现。而《神泣》中的死亡模式则有点不够彻底，毕竟还保留了复活的道具。

事实上，死亡模式毕竟过于残酷，很多游戏都采取了折中的方法，著名的《不可思议的迷宫》系列游戏，历代就一直在折中方法上摇摆，系列中所有的作品在角色死亡后都会被踢出迷宫，但是角色被剥夺的属性却各不相同，有些是彻底的死亡模式，完全剥夺玩家一切属性，打回原型，有些则保留等级，不保留其他，有些则保留道具，不保留其他，有些则保留宠物，不保留其他……这说明，在游戏开发者眼中，死亡模式也是一把双刃剑，它可以令玩家屡败屡战，欲罢不能，也可以令玩家深受打击，从此放弃。

总之，游戏中的死亡，是一种伪死亡。即使是最残酷的死亡模式，也不如现实人生的残酷，死亡模式虽然剥夺了你的一切，但是毕竟还允许你从头开始，你保留了你上一个游戏人生当中最宝贵的东西——记忆，即使你重新建一个人物，重新开始练级，你也决不会像一个刚进游戏的玩家那样处处失误，你有最好的操作技巧，你知道怎样练级最快、最安全，你熟悉游戏所有的功能……如果人生也能如此，当人死亡之后，可以从婴儿开始再活一回，同时又可以保留前生的记忆、知识和经验，这应该是很幸福的一件事吧，而且，凭借着这些记忆、知识和经验，我相信这第二个人生可以活得更好，更没有遗憾。

4.5.1 死亡的因果

棺材以虎虎的步子踢翻了满街灯火，
这真是一种奇怪的威风。
犹如被女子们折叠很多的绸质枕头，
我去远方，为自己找寻葬地。

——洛夫《石室之死亡》

如果游戏性是一枚硬币，那么它的两个面分别就是奖励和惩罚。

原始人玩投掷游戏，同样一块石头，比谁扔得更远。胜利者获得一块烤肉，失败者负责捡回石头，这是休闲游戏；古代人玩跑步游戏，胜利者头戴桂冠，被人们抬着绕场一周，失败者无所得失，这是奥林匹克；如果是两个人玩击剑游戏，胜利者砍掉失败者的头颅，这就是生死决斗了……可见，即使同样的游戏，同样的规则，只要奖励和惩罚不同，则游戏的性质也完全不同。当然，玩家在游戏中投入的精力、情感也完全不同，你可以漫不经心地参加奥林匹克，但是决不会漫不经心地跟别人生死决斗。

前面已经说过了，游戏中的“死亡”和“失败”是两个相交的集合，虽然他们大部分是重叠的，但是也有小小的不同。但游戏中的“死亡”却是完全包含在游戏“惩罚”之中的。我们在玩角色扮演游戏迷宫的时候，走了长长一段路，发现尽头是个死路，而且连个宝箱也没有，这是一种惩罚，它让你浪费了时间走这段路，但它不算失败，更不是死亡。死亡是一种更严重的惩罚，它不仅让你之前花费的一小段或一大段时间成空，而且还会让你损失更多：让角色完全退回到过去的某个时间点；强制角色到另一个地点；减少角色的属性，钱、经验、物品等。

游戏中的死亡，也是玩家比较惧怕的一种惩罚。因为死亡作为一种惩罚，通常是综合性的，巨大的，而一般的惩罚，相对比较单一，而且比较小，例如被子弹打中失去副机，或者开错机关，放出一堆怪物等。

其实，死亡并不是游戏必需的要素，很多游戏中是没有死亡的，譬如大部分休闲类的游戏。在大富翁类游戏中，即使你玩得很差，你也可以顶着红色的负资产继续玩，不会因为你破产了，你操作的那个小人儿就死去。还有大量的恋爱养成游戏、音乐小说类游戏，通常主角也不会死，无论你做出了怎样荒诞不经的选择。

角色扮演游戏也有，日本著名游戏制作人广井王子的作品《超神魔英雄传》（就是那个同名动画改编的游戏），我从头到尾玩下来，就没有死过，本来战斗就很少，而且杂兵战全部都能躲过去，BOSS战中，男主角瓦塔诺会自动变身，三两下华丽解决掉。这款颠覆性的作品是个很不错的角色扮演游戏，并没有因为它战斗太弱或者不会死亡而令游戏性有所损失。

虽说死亡可以缺席，但是死亡对于游戏依然具有重要意义，玩家回避死亡的过程，就是游戏正面推进的过程。因为不想死亡，所以要练级，要买装备，要躲，要防，要合作，要详细筹划、准备万全……让玩家投入更多感情和判断进去，让游戏更有吸引力。这种躲避死亡袭击的较量，让玩家在原本的玩法之

上，产生更多的成就感。

我们使用金手指或者其他一些工具，可以修改游戏判断，让角色永远不会死。但这无疑削弱了游戏性，试想一个射击游戏，如果只有你打敌人的份儿，敌人不能打你，一路高歌猛进顺利通关，又有什么乐趣可言呢？失去了惩罚，奖励也变得没有价值，游戏也变得不够刺激，玩家也不会有那种小心翼翼、全神贯注的游戏状态了，而这种状态，恰恰是游戏最吸引人的地方。

死亡是游戏的一个枢纽，它是玩家游戏的驱动力，也能调动玩家的专注力，更是改变玩家情绪的魔杖，让玩家屡败屡战的动力。在网络游戏当中，死亡还构成了玩家与玩家之间社会关系的一个重要组成部分，PK 的存在，让一个玩家可以杀死另一个玩家，启动了“冤冤相报何时了”的阀门，让这个虚拟社会流动起来，活跃起来。

4.5.2 死亡之美

我们曾被以光，
被以一朵素莲的清朗。
我们曾迷于死，
迷于车轮的动中之静。

——洛夫《石室之死亡》

诗人赞颂死亡是人生最后最美的舞姿。

作家崇尚“死与颓废”的美。

古人曰：其死壮哉，其魂美哉！

死，可以凄美，也可以壮美。古往今来，人们用各种艺术形式去描摹死亡之美，绘画、音乐、文学、影视……作为“第九艺术”的游戏，其中出现死亡的数量，可以说远远超过以上所有的艺术门类，因此，游戏中的死亡美学，也自成一格。

在游戏中表现死亡，通常有以下这些组成部分。

- 角色动作的变化：例如，角色出现一个受伤害动作、角色缓缓倒地、角色从天空坠落等。
- 角色形态的变化：例如角色变成透明、角色缓缓消失、角色成为骷髅或者坟墓等。
- 物品变化：包括道具物品掉落、或者象征能量的物品从角色身上逸出等。
- 特效：爆炸、烟雾、气流、刀光等都非常常见。

- 音效：包括配合特效的音效，如爆炸声。也包括角色死亡的配音，如惨叫。还包括带有节奏的，表现死亡主题的长音效，也就是一小段悲凉的音乐等。
- 画面变化：整个画面变成血红色或者变黑白比较常见，也有画面扭曲等。
- 界面变化：包括人物状态栏中各项数值随着人物死亡变化、人物头像变黑白等。也包括界面中弹出人物死亡的消息框或文字等。
- 震动：在支持振动功能的设备上，大部分游戏在角色死亡的时候，通常会同时传递振动。

对比其他艺术门类，游戏对于死亡的表现最为丰富，综合了视觉、听学和触觉等多种感受。当然，并不是每个游戏中的死亡都会包含以上列举的所有元素，游戏设计者会根据游戏载体、技术条件、设计需要而选取其中的几种。

悲剧就是把美好的东西打碎给人看。最美好的人生，是青春红颜的人生，打碎它的是死亡，这就是中式角色扮演游戏的模式化悲剧。《仙剑奇侠传》中赵灵儿的死，触动了无数玩家心底最脆弱的神经，让他们感受到了游戏中的死亡带来的感动和美，也让开发商感受到游戏中的死亡带来的用户和经济效益。于是乎，从此以后，凡中式角色扮演游戏，必有此“死亡定式”：如花少女（少男）几乎拥有人世间一切美好的品质，在游戏剧情推进过程中，让玩家接纳并喜爱，但最终会为了爱或正义或其他，牺牲自己或惨遭杀害，成就一段悲剧。所谓游戏结局的最大秘密，不过是谁会死、怎么死而已。这在欧美角色扮演游戏设计者看来，是个难以理解的奇特文化现象，即使是日式角色扮演游戏，也没有如此滥觞的“死亡定式”。这种现象，可以说是中国游戏独特的死亡审美文化的代表了。

死亡，经常作为游戏的主题出现。很多游戏的名字中，就包含着死亡：《死亡之馆》（这是我认为音韵最佳的译名）、《死亡笔记》、《死亡复苏》、《死亡头骨》、《死或生》……还有一些游戏，虽然名称中没有包含死亡，但其主题却紧紧围绕着死亡。如《异域镇魂曲》，主角是一位被死神抛弃、被记忆遗忘的无名者，他无止境地寻找着被遗忘的过去，寻找着永恒的安息，却一次又一次地陷入无援的轮回之中。他不尽的痛苦，并非来自死亡，而是缘于无法拥有真正的死亡！再如《北欧战神传》（又名北欧女神、女神侧身像、女神战记），整个游戏剧情就是由一个个角色的死亡串连起来的，死亡不是结束，而是一个新的开始，悲剧的主角们带着迷茫的心。跟随女战神开始另一次的生命，同时亦在这另一次生命的诞生和过程中，去寻找失落了的自己。在《恶魔城》中，死亡、蝙蝠、吸血鬼、城堡与月，共同构成了这个系列独有的审美符号，黑与红的色彩对比强烈渲染出死亡带给人的震撼。

在中国的死亡美学当中，棺槨、坟茔、白幡、香烛、纸钱与牌位是常见的符号。即使是尸体，也是端庄大气的，裹在金缕玉衣中，外面是墓室、地宫……一切都内敛而庄严。而在欧美的死亡美学当中，十字架、披风、镰刀、骷髅与白骨，无一不是张扬的。而当东西方文化发生碰撞的时候，问题就来了：原本在《魔兽世界》中，人物死后会以白骨的形态出现在场景中，但遍地白骨的场面未免和敬畏死亡、内敛含蓄的中式审美情趣产生了冲突。而后改成了坟堆，倒是足够本地化，足够有中国特色了，但是又跟整个游戏的气氛和世界观产生了冲突，引起很多玩家的不适和不满。

既然说到了《魔兽世界》的白骨和坟头，那就放眼看看其他游戏当中，死亡的尸体是如何处理的吧！如果没有必要，多数游戏中，人物死后都会消失，不会保留尸体在画面上，一方面尸体有碍观瞻，另一方面尸体也会消耗资源，还需要考虑遮挡、碰撞等问题，保留的意义不大。但是，有些游戏会根据需要，在画面上展现尸体。譬如在某些游戏当中，敌人也会复活，第一遍被杀死之后，敌人会以尸体形态出现在画面上，过一段时间或者经过其他敌人施展法术后，会再度复活。这种设计令复活的敌人的时间和地点多了很多变化，增强了游戏的不确定性，从而形成独特的趣味性。同样，在很多角色扮演游戏中，同伴（主角）死亡后通常会以“尸体”出现在战斗场面中，等待同伴的复活魔法或复活道具，魔法的吟唱时间、使用者的敏捷、复活的时机等都对战况有很大影响，这是传统角色扮演游戏的经典策略之一。

游戏是艺术，对尸体形态的处理当然也要符合美学原理。通常女性角色的死亡倒地姿势是柔美舒缓的，尸体也多半以侧卧、偏俯卧的半侧卧的为主，大腿并拢，头发、手臂、小腿的伸张姿势构成和谐而平衡的构图。这通常是一种女性自我保护的姿势，具有安全感，安详如熟睡，并不色情却别有动人之处。仰卧或俯卧的姿势在男性死亡当中比较常见，通常是粗豪的，不拘小节甚至有些恶搞的感觉。Q版人物的死亡姿势是很难处理的，过短的四肢和躯干让角色很难躺下来，在NAMCO的传说系列中，《幻想传说》和《宿命传说1》的人物都是2头身Q版，它们的死亡姿势是撅着屁股趴下，让人忍俊不禁，但笑过之后，你会发现，如此Q的角色，只能够用这种姿势去处理死亡。

虽然在画面处理上，人物越Q，设计出适当的死亡姿势越困难。但在对玩家心理影响方面，则是人物越写实，场面越血腥，玩家越能真切地感受到死亡的气息。马里奥杀死过无数的乌龟，我们依然认为他是个憨厚善良的大叔，他作为主角的游戏，依然适合任何年龄层，不会有人认为他虐待动物，即使是宠物龟的饲养者也不会。甚至我们不认为他杀死了一只乌龟，而只是踢开了一块挡路的小石头，这就是Q版的柔化作用。

在《烙印战士》中，被杀死的同样是兽类，但飞溅的鲜血，断折的肢体，滚落的头颅，以及潮涌般围上来的层出不穷的怪兽，令血腥气息扑面而来，死亡与死亡层层叠加，压得人喘不过气来。之所以有这么大的不同，原因在于《烙印战士》的写实风格，以及对死亡过程的真实刻画。杀死怪兽尚且如此，如果以同样的表现方式去表述杀人，那当然更令人感到死亡的恐怖和暴力的威压。像下面这些被血雨浸润过的名字：《僵尸斯塔布斯》、《喋血街头》、《侠盗车手》、《真实犯罪》、《劫难》、《终极刺客》、《生化危机》……即使它们之中有些作品的主题是正面的，但是这种对死亡的真实描绘，不得不让它们被打上暴力 18 禁的烙印。

游戏作为一门综合艺术，对于死亡有着独特的美学表现，自成一格。无论从数量、质量、表现力度上，都远远凌驾于其他艺术门类，这可以说是游戏与死亡联手打造的最独特的风景。

4.6 你看，你看，游戏的脸

对于单机游戏来说，包装盒的封面就是它的脸。

对于网络游戏来说，官网首页就是它的脸。

对于手机游戏来说，那个小小的 ICON 就是它的脸。

这些游戏的脸是人们对一款游戏的第一印象。我们还注意到，无论是封面也好，官网首页也好，还是 ICON 也好，它们的设计总离不开角色的脸。这种设计符合心理学认知，很容易让人产生角色代入感和亲和力。

4.6.1 微笑的力量

那么，什么样的脸最受人类欢迎呢？

最重要的是微笑。微笑和大笑是一种展示幸福与开心的信号。我们都是哭着来到这个世界的，不过，五周以后我们就学会了微笑，而四至五个月之后，我们就会用大笑来表示自己的情感。婴儿们很快就知道，哭泣可以吸引我们的注意，而微笑则会让我们留在他的身边。

在 20 世纪 80 年代，费兹·斯塔克做过这样一个实验，让两组参与者对一部叫《极地》的喜剧卡通片进行评价，并打分表明他们感受到的快乐程度。

一组参与者被要求用牙齿横着咬住一支铅笔，但必须确保铅笔不碰到嘴唇。这让他们脸上的肌肉呈现出一种被迫的微笑状态。

另一组参与者需要用嘴唇而不是用牙齿含住铅笔，这种抿着嘴的表情，看上去有些悲苦，并且让他们不自觉地皱起了眉头。

实验结果表明，参与者所体验到的情绪与他们被迫所展露出来的表情相符。那些被迫微笑起来的人比那些被迫皱眉的人感觉更快乐，对卡通片《极地》的趣味性评价也更高。

其他研究则表明，当人们停止微笑时，快乐并不戛然而止，而是继续逗留，影响着人们行为的许多方面，包括以更积极的方式与人沟通、更愿意回忆愉快的往事等。

康奈尔大学的罗伯特·克劳特教授和他的同事们偷偷观察了 2000 多名打保龄球的人。仔细记录打保龄球的人的面部表情、他们打出的分数以及他们面对的是球道还是自己的朋友。他们得出的结论显示，在背对着同伴的时候，如果打出了高分，只有 4% 的人会展露微笑。然而，一旦转过身来面对自己的朋友时，42% 的人脸上都会出现灿烂的笑容。

因此，有确凿的证据显示，我们微笑的时候并不仅仅是因为我们自己高兴，更多的时候是为了让别人知道我们很高兴，从而将这份高兴传递了出来。

一张微笑的人脸可以传达出非常丰富的正面情感，让人不由自主地产生喜爱的情绪。如果要求一个人做出与见到的图片中的表情恰好相反的面部表情，如面对微笑图片时皱眉，或者面对悲苦图片展露笑容，大多数人都无法完全自如地控制自己的面部肌肉，无法完全做到这一点。面对一个愤怒的脸，人们更容易做出皱眉愤怒的表情。

调查显示，在性别差异方面，无论男人和女人都喜欢微笑的女人。但比起微笑的男人，女人更喜欢深沉坚毅的男人，这样的男人被认为是可靠的，值得托付终身的，可以帮助女人抚育后代的。

无论男人和女人，都讨厌痛苦和悲伤的人脸。

因此在设计游戏封面、官网、ICON、海报和广告时，一定要注意这一点。尤其是很多格斗类的硬派游戏，喜欢采用嚎叫或痛苦的人物面部表情作为游戏宣传图的设计，这是不利于游戏传播的，还是改成一张胜利的笑脸会比较好。

4.6.2 心灵的窗户

人之精华在脸，脸之精华在眼。

剑桥大学的西蒙·伯龙·科恩博士曾经做过这样的实验：他将人物肖像的照片拿给不同的实验对象看，但是每张肖像都只能看到眼部，额头、眉毛和眼睛以下的部位都被遮住了。然后，博士要求实验对象根据他们所看到的照

片，为照片的主人公匹配合适的心理状态，比如“友好”、“放松”、“不怀好意”、“忧虑”等；这个实验所提供的 25 道题目里，男人们的平均成绩是答对了 19 个，女人们的的成绩是 22 个。

这个结果表明，不管是男人还是女人，对于眼睛所传递的信号，都具备一定的解读能力。而且跟解读肢体语言的能力相比，人们还是更善于正确把握眼部信号。不过，总的来说，女人把握这种信号的能力更强。

一项针对速配聚会的心理学实验是这样进行的：组织者告诉所有参加这次速配约会的男人和女人，他们的约会对象有一只眼睛在孩提时代受过伤，而且这只眼睛至今都有点不太灵便，至于具体是哪只眼睛受过伤组织者也不清楚，但是如果凑近了仔细观察，应该还是能发现。于是，在速配活动中，所有的约会男女都花费了整个晚上的时间用心观察对方的眼睛，想要认出哪只眼睛曾经受过伤。当然，这种努力自然是徒劳无功的，根本没有人眼睛受伤。可是，这样的对对方眼睛的凝望，却促成了相当不错的速配结果，乐意再次约会的比例非常高，比婚介机构往来的平均纪录超出了 200%。

因此，在绘制角色面部的时候，强调眼睛和瞳孔是非常必要的，即使是很抽象的漫画式角色造型，也尽量不要设计那种只有一个小黑点的眼睛。大而明亮、充满细节的眼睛是让人们第一眼就喜欢上一个角色的关键。

4.6.3 第一眼的风情

仔细观察一下玩家在游戏卖场中挑选游戏的行为模式吧，首先被注意到的，是游戏的封面和各种海报。那些图案千篇一律的，色彩黯哑的，会被眼球忽略跳过，而那些漂亮的，鲜明的，则会被目光捕捉到。而后，被注意到的游戏会被拿起，翻到盒子后面，那里通常有游戏特色介绍和截图，这是玩家判断是否要购买的关键。此外，还有价格、配置、周边、游戏类型、厂商等因素作为参考，玩家才能最终完成是否购买一个游戏的决策。以上的例子，是针对冲动购买的用户而言的，这些用户多半属于一般玩家，很少购买游戏，但是群体数量庞大。

到了手机应用商店也是一样，密密麻麻的排行榜，一个一个的小方块 ICON，谁能抓住用户的视线，谁就成功了。那些灰暗的，丑陋的，不知所云的 ICON，会迅速跌倒在起跑线上，面对几十上百个 ICON，没有一个用户愿意多看它一眼，那些低劣模仿著名游戏的，或者没有特色的 ICON 也不会得到青睐，看上去就散发着山寨气味或者城乡结合部风格的东西，不用点就可以给个差评了！而只有那些鲜明的，特别的，好看的，有趣的 ICON，才能吸引用户的眼球。

另一些属于专业玩家的用户则会事先关注、比较大量游戏资讯，从网络、

报刊的宣传文章中做出取舍，购买的时候多半直奔目的，而他们取舍的依据，便换成了宣传文案和图片。两者殊途同归，本质是一样的，游戏的卖相决定了用户的购买欲。

抛开文字的诱惑不谈，游戏的卖相重点在图片。尤其对于冲动购买的用户，一个游戏封面的好坏通常起着决定性的作用。如同女孩出嫁要选择礼服、要化妆一样，游戏封面是新娘礼服，要漂亮高贵才能更有吸引力。而游戏截图如同新娘妆，游戏是什么样子不可能改变了，但是宣传和包装用的截图可以在一定程度上进行美化，只有这样，也才对得起漫长艰苦的开发过程。

好的游戏封面，必须清晰明快，游戏的标题能让玩家一眼看清，整体的构图配色要鲜明，最好对比强烈，能从众多游戏中跳出来。要避免灰暗和脏旧的感觉。游戏封面对于一款游戏销量的影响是不容小觑的。

我在2000年开发过一款游戏，叫作《仙剑客栈》。这款游戏当时采用了一个香港漫画家绘制的封面，整体色调比较灰，不够明快，角色造型也显得土气。我当时曾经和一位业界前辈打过一个赌，我认为采用这样的设计会导致销量减少一万套，而那位前辈则认为会减少三万套，最终的销售结果证明了他预言的正确性，游戏销量果然比预期少了三万套左右。更为讽刺的是，这款游戏的盗版封面有五六种版本，都是从这款游戏的宣传图片中选取的画面，整体表现效果比正版封面要好得多。这款游戏的正版、盗版销量比，在某游戏媒体的统计中，也创下了纪录。盗版封面漂亮，价格便宜，也难怪更多的玩家去选择盗版。

另一款我略有参与的游戏《汉朝与罗马》(图4-5)也很能说明问题，它的大陆版包装比较粗糙，纸质不佳，印刷品质也不佳，整体感觉灰灰暗暗，好像几年前的旧游戏，包装盒的长宽比例显得矮胖笨拙。而台湾版没有更换任何图像和文字，只是纸质比较好，印刷水准也有很大提高，表现出的效果便令人惊艳。而日文版文字和图片都经过了重新调整，排版也做了少许更动，虽然用的是同样的主图，但是给人的感觉完全不同，颇有进口大片的气质。



图4-5 《汉朝与罗马》中文版和日文版封面

在竞争如此激烈的市场中，没有一款游戏是不愁嫁的皇帝女儿。花在卖相上的小小时间和成本，有可能带来难以想象的利润，这是绝对不可忽视的因素。

4.7 梦中婚，网络游戏的婚姻系统

婚姻，是每个人人生当中，一次重要的转折，生命中的第二次投胎。原本完全无关的两个人，认识了，结合了，成为亲人，从此生活和命运也发生了改变……每个人从童年时代起，或多或少都憧憬过婚姻，编织过很多美好的梦想，但现实是残酷的，人生不如意十之八九，能顺利收获到美满婚姻的又有几人呢？

幸好我们还有梦，还有承载梦的文学和艺术。婚姻与爱情作为一类主题，占据了文学和艺术中的重要位置，滋养着受众的心灵。作为“第九艺术”的游戏，当然也不例外。

4.7.1 网络游戏婚姻满足了什么

早在单机游戏之中，东西方角色扮演游戏最大的区别就是剧情的多寡与深度。西方角色扮演游戏通常剧情较为简单，多以英雄主义为主题，很少阐述角色的内心和情感需求。男女主角通常只是团队，是合作伙伴关系。简而言之就是很少有感情戏，没有有关恋爱婚姻的情节。而东方角色扮演游戏则常常是男女主角卿卿我我，缠绵悱恻，催人泪下，生离死别，如果没有感情戏，几乎难以称得上是角色扮演游戏……玩家也是冲着这个来的，很多拥趸评价角色扮演游戏的重要标准则是：情节是否感人。而感人的情节，不能没有爱情和婚姻。

单机游戏中的情爱毕竟是人家的，所谓角色扮演，是玩家在假装去演别人的故事。花好月圆也好，天残地缺也好，都是故事主角的，不是玩家的。玩家再感动，也是听评书落泪，为古人担忧。但网络游戏就不一样了，玩家可以借用角色的身份，亲身体验一把虚拟的婚姻。更重要的是，这次的婚姻对象不是一个虚拟的 NPC 同伴，而是网络另一端，存在于这世界某个角落的，活生生的人！

有人说网络游戏当中的婚姻系统，仅仅是好友系统的一个延伸。可能就技术逻辑实现层面而言，是这样没错，但是站在玩家角度看，两者是截然不同的。相比好友系统，婚姻系统满足了玩家更高层次的心理需求。

图 4-6 是马斯洛需求层次图。如果把网络游戏角色作为一个虚拟的人来看待，那么组队系统满足的是最底层的生理需要和安全需要。大家互相协助打怪、互相补血、让角色更为安全、不会轻易死亡、避免死亡后的经济损失等。

而好友系统满足的是社会需要，玩家需要同伴的友谊和忠诚，而不仅仅是简单的基于利益基础的组队。



图 4-6 马斯洛需求层次

而婚姻系统在本质上也是属于这个层级的，但是更进一步，它不仅满足了玩家爱与被爱的需要，让婚姻双方结合为最稳固的同伴，同时，它还包含有一定程度的尊重需要，在多数网络游戏中，有妻（夫）有子有房子代表了一种社会地位，一种成功，能够让玩家获得自尊和他人的尊重。因为多数游戏在婚姻系统设计上均需要玩家有一定的等级、相当数量的金钱、结婚对象的友好度等。在不少游戏中，达成婚姻的过程是漫长而曲折的，需要冲破重重难关、完成大量任务等，对于很多玩家来说，这是一种功成名就，就某种意义上而言，也算是一种自我实现吧？有些网络游戏会将婚姻和生育作为游戏目标之一，至少也是一个重要的阶段性目标。

4.7.2 假婚姻，真成本

用网络游戏中虚拟的婚姻去对比现实的婚姻，是个挺有意思的事情。网络游戏在社会系统的设计方面，本身就是对现实社会的一种映射。

关于中国人的结婚费用，网上有很多调查，最夸张的数值是平均 56 万，相当于一个大学毕业生 10 年的薪资总合，当然这里面包含了一部分买房买车的费用。即使仅仅计算结婚过程的消费，也高达 10~20 万元。这对于大部分适龄青年都是一道难关。

在网络游戏中，结婚同样不便宜。以某著名网络游戏为例，结婚的条件为：游戏中尚未结婚的一对男女玩家双方互为好友。而且：

- 需要相互友好度超过 1000。

- 双方人物等级超过 30 级。
- 能够支付 50 万两的结婚费用。
- 男方拥有 1 间已经入住的房屋。

友好度超过 1000 至少需要几个小时的共同战斗，练到 30 级需要 20 小时左右，50 万两需要 30 级以上的角色挣上 50 个小时，最便宜的房子也要玩 30 小时才能赚到，最贵的则要数百小时。加总起来最少需要 100 多个小时的“劳动”，也仅仅换来一纸“结婚指标”而已！在有些游戏中，要想结婚还要完成重重任务，有些则需要特殊的结婚道具……

总之，在网络游戏中虚拟地结个婚，一点不比现实中简单。以一个网络游戏生命周期 5 年、玩家每天玩 3 小时（这是国家规定的健康游戏时间哦！）计算，玩家在一个网络游戏中最多消耗 5000 小时，那么 100 小时相当于整个游戏生命的 2%。换算成一个 70 年寿命的人，相当于花一年半的时间为婚姻做准备，比起现在流行的闪婚、一夜情来说，还算是比较严肃吧？所以，那些“忧国忧民”的非玩家们，不要撰文置疑网络游戏婚姻的随便了。且不说需要这么高的门槛，就说那些喜糖、喜酒、焰火，那些拜天地的仪式，跟真实的婚姻是一样庄重而认真的。就算是离婚，很多游戏也有严格的限制，并不亚于现实生活中的离婚呢！

4.7.3 在网络游戏中过家家

很多国产网络游戏当中，都有婚姻系统，有些原本没有婚姻系统的外国网络游戏，也被添加了婚姻系统，这说明，这个系统很受国内玩家欢迎。玩家为什么需要婚姻系统？是因为婚姻系统满足了玩家某一方面的需求。不能简单粗暴地认为这些需求病态、可笑，我们要揭开表象，探究它的深层意义。

人类天生就喜欢模仿，从婴儿期开始，人们就模仿父母的举动、表情和语言，这是一种学习。很多人小时候都玩过“过家家”的游戏：一个孩子扮演“爸爸”，另一个扮演“妈妈”，还有扮演孩子的，“爸爸”下班回来，“妈妈”煮饭给全家人吃……这种游戏满足了儿童对成人世界的憧憬，能够激发孩子的想象力和创造力，同时也能培养孩子处理人际关系的能力。网络游戏中的婚姻系统，其实是一种高级复杂的“过家家”，它同时满足了玩家对幼年的怀念和对婚姻家庭的憧憬。

在中国家庭中，独生子女家庭的比例相当大，但人是需要兄弟姐妹的，需要跟自己年龄相仿、关系亲于朋友的伙伴，但是，现实很难提供这样的人和机会，无奈，更多人只能转向网络寻求慰藉。不管是网络游戏中的婚姻系统也好，

还是具有结婚功能的网站社区也好，玩家只是想找一个亲密的、可以互相牵挂和信任的同伴而已。如果说所谓的“网婚”是对玩家心理的扭曲，不如说“网婚”是对独子家庭中孩子心理扭曲的一种自我矫正和治疗。从这一点而言，网络游戏中的结婚其实跟婚姻无关，玩家所希冀的关系，只是一种如同婚姻一样，坚贞、甜蜜的关系而已……

在很多网络游戏当中，成为夫妻的玩家拥有一些额外功能或特权：住房、孩子、专属的道具、额外的属性加成等。这些功能大部分对于玩家玩游戏更为有利，这也是婚姻系统吸引玩家的一个方面。

好友也好，工会也好，虽然都满足了玩家社交的需要，但他们都是一个比较大的群体，玩家处于其中，只是 N 当中的 1，而不是某个人的唯一。而在婚姻系统当中，玩家一对一地结成夫妻，彼此都是对方的唯一，更能强化归属感，让玩家更多地体会到牵挂和责任。一个玩家多日不上线，他的好友可能寂寞，但他们还有别的朋友，而他的老婆（老公）的寂寞，则是彻头彻尾的，没有人可以抚慰，没有人可以替代。恋爱过的人都了解，这种被需要的感觉，是人生中最美妙的情感。即使是虚拟的婚姻，但感觉是真实的。

4.7.4 厂商也爱梦中婚

网络游戏的婚姻系统，是多数游戏重点宣传的特色之一。这个系统最绮丽、最有想象空间。写成宣传文章最容易出彩，放开手脚尽情煽情总没有错。编一些网上网下生死绝恋的案例，必须有婚姻系统做基础才可信。譬如，和患白血病的玩家妹妹一起杀红龙，感觉平平淡淡，而怀念患白血病的老婆一起杀红龙的日子，守着自己为她营造的房子，想她……那种感觉才够动人。另外，现实中讲究妻子、儿子、房子、车子、票子“五子登科”，网络游戏中的婚姻系统也会引发很多联想：有没有房子？可不可以布置自己的家？能不能生小孩等，这些系统即使尚未实现，甚至根本没有打算实现，但在宣传中模模糊糊提一下，足以吊起玩家的胃口，青黄不接的时候拿出来用，绝对是最好的宣传材料。

当然，对于厂商来说，宣传是手段，赚钱才是目的。上面说了，现实社会结婚花费不小，网络游戏中当然也不能太小。尤其是免费运营的网络游戏，婚姻系统可是最赚钱的系统之一，毕竟结婚对于玩家来说，虽说不是只有一次，也不是很频繁，出手不能太寒酸，攀比的风气在网上网下都一样盛行，一个焰火，一个小礼物，厂商敢几十上百地定价，不愁没有人买。当然，“结婚注册”要花钱，婚礼要花钱，喜糖要花钱，就算离婚，也要从玩家身上捞一笔。最重要的是，结婚系统是游离于等级系统之外的，不管定价有多离谱，都很难导致

系统的不平衡，仅仅这一点，就足够让厂商花大量心思在婚姻系统上做文章了。跟现实社会一样，结婚以后，花钱的地方就更多了，房子有大有小，一步到位也行，慢慢更换也行；房子自然不能空空，总要布置一些东西；养个孩子玩玩，钱当然也不少花；夫妻之间的感情需要培养，送束花，送个蛋糕自然不算过分……这些可都是真金白银啊！

上面说了，婚姻系统牢牢把握住了玩家的情感命脉，这可是厂商最愿意看到的，为了老婆（老公），每天就算再忙，也要上来看。如果老婆（老公）提出一起玩的约定，当然不能拒绝。这样两个人互相影响着，无形中增加了游戏的黏着度，一个人要玩，另一个自然也要陪着。就算已经到了顶级，没有什么可以玩的了，每天也要上来聊聊，夫妻嘛！不常常在游戏中见面，怎能称得上夫妻？如此一来，在线人数的数值自然居高不下，服务器里也热热闹闹，厂商自然乐开了花。

说了这么多，可以看出，婚姻系统不仅玩家爱，厂商也爱，想不火都难。最近两年，国内厂商自主开发的网络游戏，只要不是太特别的，一般或多或少都有婚姻系统。甚至有些玩家看到类似《燃烧海洋的海盗》这种刚猛型的欧美网络游戏，居然也会问，能结婚吗？似乎婚姻系统已经成了网络游戏的一种标准配置，尤其是那些四平八稳大而全的网络游戏，如果没有婚姻系统，绝对是一种缺陷，就连《弹弹堂》这样的休闲游戏，也加入了婚姻系统。

网络游戏中的婚姻系统，毕竟是梦中婚，不是真实的生活。但也有真实生活中的影子。双方之间的互相包容，互相妥协，难道不是维持稳定婚姻的技巧吗？危急时为对方加血，替对方抵挡攻击，好装备让给对方，这种爱与谦让，不就是所谓的“举案齐眉，相敬如宾”吗？两个人一起努力，经营自己的小家庭，为了美好的明天，跟现实生活又是何其相似呢？把“网婚”作为真正婚姻的一次演习，学习怎样处理婚姻当中彼此的关系，谁又能说它一点好处也没有呢？

看过很多征婚启事，男的多半要求对方年轻美貌，温柔贤淑；女的多半要求对方事业有成，有房有车。“孝顺父母”的含义是“你要孝顺我父母”；“善解人意”的潜台词是“我在外面花，你要不在乎”。看上去更像是一种交易，女的用青春美貌和气质，换取房子、车子和精致生活，感情的成分少了，而所谓“条件”的成分重了。而网络游戏中的婚姻，则是更看重跟对方玩是不是开心，两个人是不是谈得来，双方的价值观和行为方式是否相近。这样一比较，反而是网络游戏中的婚姻更接近婚姻的本质呢！

这个世界颠倒了，在梦里醒着，在醒时做梦，这也许就是网络游戏这个虚拟社会最吸引人的特色吧。

4.8 Gal game, 爱, 还记得吗

美少女游戏 (Bishō jo game, Gal game) 是一种可以与美丽动人的动画少女进行互动的电子游戏, 是一种源自日本的游戏类型。在这个定义上, 所有含有美女元素的游戏均可称为美少女游戏; 而其中比较常见的, 与美少女恋爱并推进故事情节文字冒险游戏, 则称为“恋爱冒险游戏”(恋愛アドベンチャーゲーム)。

——百度百科

曾经有这样一个宅男, 每日在互联网中游弋。只要看到网页游戏的弹窗广告上有美女, 就一定要注册进去看看。虽然他总是失望: 点进游戏, 可能有古堡骑士, 可能有仙侠剑客, 可能有关羽张飞, 但就是没有美女, 一个都没有……它们都是披着美女画皮的其他类型的游戏。但宅男还是乐此不疲。“总有一天, 总会有一个游戏, 点进去之后会有一群萌妹子出现吧!” 宅男满怀着这样的希望, 依然每天不停地点着, 注册着, 希望那些弹窗后面会有活色生香的美人, 会有一个真正的美少女网页游戏供他赏玩。

时光流转, 让我们穿越回明清时代, 也会发现这样的宅男的身影。汤显祖的《牡丹亭》中, 杜丽娘藏身于画像, 等待梦中情人; 吴炳的《画中人》描述书生庾启和画中美女郑琼枝鬼魂结合的故事。

事不同则情同, 在那个没有游戏的时代, 宅男们依然会通过绘画成为二次元控, 依然会把那一卷仕女图视为珍宝, 依然意淫出和画中美女结合的故事。看到当今日本宅男和游戏中角色登记结婚的新闻, 我们不由得掩口轻笑, 那都是我们老祖宗玩剩下的啊!

做不完的电脑情人梦, 玩不够的后宫游戏。虽然只是平面的线条和色彩勾画, 只有有限的几种表情的动态, 只有简单到不能再简单的 AI, 但是生动的画面和美好的对白整合在一起, 会给我们带来那么美妙的体验, 缔造出能满足所有宅男梦想的完美情人。这就是 Gal game 的魅力所在吧!

忘不了《心跳回忆》, 忘不了《同级生》, 忘不了《欢迎来到 PiaCarrot!!》, 更骨灰一点的玩家, 还会想起 PC98。

静静坐在电脑前, 和屏幕中的那个“她”通过简单的菜单操作交流着, 憧憬着关系的进一步发展, 会出现华丽的 CG 吧? 关注“她”的一颦一笑, 情绪也随之起起落落。三次元的纷纷扰扰瞬间都变成浮云了。男女比例暴增也好, 没房没车也好, 一个好的萌妹子游戏会让你不在意这一切。“爱情动作片”虽好,

但是没有互动，就缺乏了情感的投注，而灵与肉是不可分割的，繁华和激情是片中人的，而屏幕外依然是那个蹲在墙角的捏着纸巾的卢瑟。只有游戏，才会让玩家有了翻身做主人的感觉，那么多妹子可供攻略，每个人都喜欢你自己，遥想古代帝王每夜翻牌子也不过如此。

游戏和互联网结合之后，网络游戏成为势不可挡的潮流，更多的网民加入了玩家大军，更多类型的游戏纷纷触网。更丰富的游戏体验，永不落幕的虚拟世界，更社会化的人际交互，让网络游戏具备了更大的竞争优势。但是，这之中却很少有美少女网络游戏的身影。《心跳回忆 Online》在 2006 年 3 月 23 日运营，2007 年 7 月 31 日结束营业。短短的一生如花绽放而又迅即枯萎。其他类似的日本网络游戏如《SpikeGirls》、《Aisp@ce》支撑的时间都不长，而且也都没有大红大紫。

是温室娇花一样的美少女游戏不能适应网络这个开放的舞台吗？还是相对私密的恋爱主题让玩家对于联网望而却步？应该不是吧！一个闺中少女尚未出嫁不等于她找不到良人，同理，美少女游戏还未找到适合她的触网方式。也许不久的将来，会有一款网络游戏中的《心跳回忆》出现的，它应该有专为美少女题材精心设计的独特系统，应该有适合 PVP 的人人交互方式，游戏性也是丰富多彩的，而不仅仅是电子小说。

本节开头提到的那位小哥，请点击那些弹窗吧，你很快会遇到一个不说谎的弹窗，点进去是一个庞大的后宫，无数萌妹子。就像 500 年前那书生，怀抱着美女图，幻想出画中仙。这样小小的幸福一定会出现的！

美少女元素，在中国游戏业一直是拧巴的，它同时被重视，又被漠视，既被高估，又被低估。所有的游戏，都喜欢用美女来吸引眼球。但与此同时，几乎所有的游戏公司，又都不肯做真正的 Gal game。他们只用了美女的型，而不去用美女的神，不去从深层次上挖掘玩家对美女的心理需求，所以，中国还没有出现优秀的 Gal game，甚至这个游戏类型都一直处于边缘化的程度。但是，迟早有一天，我们会看到这类游戏发展起来的。因为繁衍游戏，是人类本性中最最根本的游戏需求。

4.9 NPC，那些在游戏中永远等待的人们

NPC 是英文“非玩家角色”的缩写，英文一般指 Non-Player Character，有时也作 non-person character，或者 non-playable character，泛指一切游戏中不受玩家控制的角色。在电子游戏中，NPC 一般由计算机的人工智能所控制。

——百度百科

NPC 就是这样一群人，他们一生就只为你活着。他们永远待在固定的地点，不管风雨阴晴，只为等你来，跟你说他们生命中唯一的那一句话。即使那句话对你来说，根本就不重要，他们依然会将自己的一生一世奉献给你。就是这些平凡普通的人，构成了这个为你而运转的游戏世界。他们，就是 NPC。

通常在一款游戏中，NPC 仅仅具有简单的对话功能，而这些对话，是游戏不可或缺的一部分，他们一般具有以下作用。

1. 情节提示

告诉玩家下一步做什么、去哪里、找谁，告诉玩家是什么、为什么、怎样了，告诉玩家主线情节的伏笔、伏线、因果的提示。主线剧情从角色视点出发，有时候来龙去脉未必会交代得很清楚，或者即使交代清楚，因为情节过于曲折或发展过快而令玩家没看懂或不理解的时候，可通过 NPC 对话，以讲述、评论等方式从不同侧面告知玩家，令玩家对整个事件有完整的理解，同时可将创作者的表现意图、观点、评价通过 NPC 的口传达给玩家。重点情节需要多点提示，并可以不同 NPC 身份地位作为出发点，从不同角度看问题，给予玩家思考的空间。

2. 相关介绍

介绍性内容，通常包括以下几类。

地域介绍：这里是哪里、是什么样的地方、有什么风物、有什么人物、有什么特色等。这和情节提示是相辅相成的，同时辅助以场景美术设计，对设计要点和意图做提示，协助玩家欣赏设计细节，这也是体现世界观的重要一环。

自我介绍：我是谁，我是干什么的，我在游戏世界中的地位和作用，我的经济地位和生活圈子，你从我这里有可能得到什么提示。游戏中，很多 NPC 的造型是重复的，但是对于同一造型，设计不同身份将赋予他们不同的生命，令玩家感觉 NPC 是真实的，而不是道具和符号。这一点主要体现在自我介绍当中，玩家可以从中了解这个 NPC 是重要的还是不重要、对游戏进程有无影响等。

世界观介绍：直接向玩家介绍游戏世界以及这个地域的社会、政治、道德、价值观等，这是游戏潜在规则的重要组成部分，游戏的背景是武侠、神话还是魔法与科技，玩家都将从这里体会到。

主角介绍：部分和主角有一定社会关系的 NPC 会告诉玩家，主角的来历、经历、身份、性格、过往、爱好等，这是辅助主线剧情塑造人物的关键环节。

其他介绍：比如游戏开发者介绍、研发发行公司介绍、其他恶搞的种种介绍等。

3. 系统提示

告诉玩家怎么玩，还有什么可以玩，玩的技巧等，可增加游戏的亲和力和降低上手门槛，尤其是当游戏的主要系统有新奇的玩法，或者是辅助系统众多的时候，这部分非常重要。

一般系统提示固定在少数 NPC 身上，这样便于强调他的功能性，也便于玩家随时询问。不宜过分分散，对话内容要强调准确、客观，至于形象生动则比较次要。

4. 一般对话

这部分的量一般占到 NPC 对话总量的较低比例，也就是通常所说的“废话”。这些说话的作用一是令 NPC 鲜活生动，二是营造整个世界的真实感觉，同时这部分对话还可以调节游戏气氛。

这部分对话首先要从人物身份出发，而确定他的社会经济地位是最重要的，这决定他的身份、受教育程度和在该地域的社会地位，其次是年龄、性别、个性等。要注意 NPC 与 NPC 之间的关系，NPC 与主角的关系，NPC 对整个主线剧情的了解和介入程度，将这些确定之后，对于同一个话题，不同的 NPC 自然而然地就会产生不同说话方式和说话内容。

提示性对话和“废话”要有区分，让玩家知道哪些是可以获得线索的 NPC 而哪些不是，通常会以文字颜色、有无链接等加以区分。

NPC 的分布位置也很有讲究。

设置 NPC 的位置分布，一般要符合平均分布，合理且真实的原则，疏密要得当，要有适当的 NPC 聚集。

重要的、提供重要线索的 NPC 要在显眼的地方，如出入口附近、道路交叉口当中、特殊的房屋内等，和玩家必经的动线紧密相连。而特殊的造型或动作也是区分重要 NPC 的标志之一，一般来说，站立不动的 NPC 比走动的 NPC 更容易被发现和记忆，比较适合重要 NPC。

还有一些小技巧，可以令 NPC 更加生动。

- NPC 之间的互动。NPC 间对话，可适当加入，但是总数不宜过多，这种对话适合塑造人物或提供笑料，不适合作为功能性对话，长度要注意控制，不可过长。
- NPC 间的人物关系。适当的人物关系有助于增加游戏真实感，但过分复杂的人物关系会增加玩家记忆负担，或者令玩家感觉不知所云。
- NPC 与主角间对话。NPC 与主角间一问一答的对话，数量不宜过多，

整体不宜过长，要注意从中表现主角，而不能把主角作为陪衬，同样适合提供笑料，也适合作为提示使用。

此外，NPC 对话也有一些设计禁忌。

- 首先要避免千人一面，除了要注意 NPC 身份、年龄、性别、性格外，设计的时候多个文案协作撰写，可以比较容易地解决此问题。
- 缺乏功能性对话，会使得 NPC 对话存在的意义至少损失 2/3，沦为可有可无的东西。
- 过于简单，简单到只有内容而没有灵魂的对话只能让玩家丧失和 NPC 对话的兴趣。
- 过于复杂，可能少数玩家会喜欢，但多数玩家会对 NPC 的长篇大论产生厌倦。
- 过于平淡，功能性对话多而生活化对话少，或对话整体不生动，则减损 NPC 对话存在的价值。
- 简单重复，所有人都简单重复一个话题，这是游戏粗制滥造的最低级体现。
- 偏离主线，过于强调 NPC 自我生活，距离故事主轴过远。
- 地域性无差别，这个城市的对话放到那个城市也适合的对话要尽量避免。
- 无世界差别，这个游戏的对话放到其他类似游戏中也适合的对话要尽量避免。

NPC 是一道独特的风景线，它只存在于游戏这种艺术形式里面，其他如小说、电影、戏剧等，都没有类似的组成部分。NPC 是基于游戏的互动性而存在的，也是游戏自由度的一种体现。NPC 的设计，也有自己独特的设计模式和审美情趣，这些都是游戏艺术的重要组成部分。

4.10 梦幻如真，角色扮演游戏

角色扮演游戏 (Role-playing game)，简称为 RPG。是一种游戏类型。在游戏中，玩家负责扮演这个角色在一个现实或虚拟的世界中活动。玩家负责扮演这个角色在一个结构化规则下通过一些行动令所扮演角色发展。

——百度百科

在所有的游戏类型中，最受国人喜爱的类型就是角色扮演游戏 (RPG) 了。无论是单机角色扮演游戏、还是大型多人在线角色扮演游戏，相比其他游戏类

型，角色扮演游戏拥有最广泛的用户群，是游戏中当之无愧的大家族。无论是单机游戏还是网络游戏都是如此。

角色扮演游戏的最大魅力在于“扮演”，你可以成为另一个人，从中体验别样的人生乐趣。像最原始的“过家家”游戏，小孩想成为大人，凡人想成为英雄，王子想成为贫儿……还有什么比在虚拟世界中换一种活法更有趣的事情呢？更何况你还拥有不止一条命。

角色扮演游戏更是最具有包容性的游戏类型，在其中，你很容易找到其他游戏类型的影子。为了让你有更真实的“扮演”体验，它会让自己变得很庞大，更多的细节、更多的枝蔓、更完整的虚拟世界和更丰富的互动交流。它绝对承受得起“博大精深”的这句形容。

当你玩过一遍一款角色扮演游戏的时候，你可能仅仅感受到了它的一部分，只有那些很深入的专家级玩家，只有认真地通关多次，才能体会到设计者在方方面面的用心。为了让游戏更好玩，为了让玩家更方便，制作者花费了大量的心思。有些地方，你在玩的时候可能只是感受到顺畅舒服，甚至没有留下什么印象，但是仅仅为了这“顺畅舒服”的感觉，制作者可能经过了大量调试，经历了无数失败。

相比其他艺术门类，游戏是很容易被误读和低估的。一本书、一部电影、一出戏剧，看过一遍之后，大体上就了解了他的全部。而一个单机游戏玩过一遍，一个网络游戏练到顶级，你也只不过了解了它的一部分，还有很多你所不知的处女地等待开发呢！你可能等级很高，但是你未必全盘了解战斗与经验、经验与等级之间的微妙关联，你可以根据自己的游戏体会写出受欢迎的攻略，但它一定不会同策划案完全相同，这正是游戏的精妙所在。

4.11 Q 版的幼态情结

很久很久很久以前……一只小狼叼着类人猿丢弃的骨头，摇着尾巴对类人猿说：“嗨！咱们合作吧！我帮你们捕猎，你们只要给我们骨头吃就好，反正你们也不爱吃，很划算哒~~而且，我们还可以教你们协作捕猎的社会性技巧。”那时候类人猿的智商不高（现在貌似也没高到哪里去），就同意了。

于是，狼变成了狗。社会学家说，那是人驯养了狗，但是狗可未必这么认为。总之，事实是，现在的狗不必工作就可以吃香喝辣的，而人类创造了大量劳动工具之后，依然没有达到“社会产品极大丰富”的理想阶段，反而多了大量的穷忙族和过劳死。人类就纳闷了，不是说好咱们的共生关系是共同战斗的

亲密战友吗？怎么你们开始撒娇耍赖，撒泼打滚装BABY，摇着尾巴要吃要喝要我养啊？人和狗，到底谁更聪明，可见一斑。（顺便补充一句，人类社会是先有了禁止虐待狗的法律，后来由此扩展到立法禁止虐待儿童的。）

那么，狗到底是通过什么方式提前进入共产主义天堂的呢？很简单，它抓住了人类审美情趣中隐藏最深的一面——恋幼。

用松狮犬做例子吧！这是一种优秀的国产万能工作犬，狩猎、守卫、负重样样能干，以它的体型和功能，我们伟大的祖先可以把它繁育成7头身，富有阳刚气概的狗狗，但事实上，它是3头身，圆滚滚，像个未成年的熊猫，并且一脸愁苦表情，好像在抱怨咱们祖先为啥不能加把劲，把它繁育成黑白花的呢？

就算是5、6、7、8头身的狗狗，无论是威风凛凛的犬中之王藏獒，还是跟狼就差尾巴朝向的阿拉斯加犬，大到纽芬兰全，小到吉娃娃犬，所有的犬，在行为、动作、声音、表情等所有外在表达方面，都相当于狼的幼态。也就是说，狗在心理和行为上，始终都是永远长不大的小狼。很明显，人类喜欢它们幼态的样子。六畜中的其他五畜也是同样：无论是牛、马、羊、猪还是鸡，它们现在的样子，都比它们的野生祖先更Q，更具有幼态感觉。（那么为何只有狗得到人类更多宠爱，那是因为狗擅长跟人类主动沟通，可见沟通力量的强大，当然这应该是犬类行为学要讨论的问题了。）

人类为何更加欣赏生物的幼态？首先是幼体没有威胁性，满足了人类安全的需要。同时，幼态的生物弱小、需要保护、可怜并依附人类，可以满足人类被尊重甚至自我实现的需要，这在马斯洛需求层次理论中已经是高端需要了。所有生物生存的最终目的之一，就是种族繁衍，因此，生物天性中就带有对于幼体的爱，这是由基因决定的，任何生物皆受控于此。

那么，具体到游戏中，这个理论能够说明什么呢？

游戏中如果有宠物、同伴等，采用幼态、少年（女）风貌、Q版等造型会更加适合。

无论游戏角色是否是Q版，具有幼态感的可爱动作、行为和语言更具有打动人心的力量。

萌系游戏是个未开的处女地，人人心中都潜藏着对萝莉塔的爱。这一点可能很多人都知道，但是很少有人能像张艺谋一样，在奥运开幕式这样一个重大的场合通过一个合情合理的庄重安排把它表达出来。随着社会进步，相信喜爱幼态之美的人类天性也会渐渐脱离色情变态的范畴，成为更常态的表达。

当然，你会说，很多男性玩家最厌恶Q版，他们喜欢写实。嗯嗯，未成年的猴子也有厌恶猴子幼仔的行为，但它们长大到可以当爸爸的时候，它们就不

那样做了。(当然很多生物种群中的成年雄性个体有杀死非亲生幼仔的行为,那是社会行为,跟审美无关,那也是另要另外讨论的问题了。)

当然,你还会说:很多成年男性玩家也讨厌 Q 版,他们喜欢写实。嗯嗯,当然会有一部分人停留在口唇期或者肛门期永远长不大,否则弗洛伊德们研究谁去?你说是吧?

再唠叨几句,其实中国人的恋幼情结最深重了,除了松狮之外,其他的国产名犬:京吧犬、巴哥犬、沙皮犬等无一例外都是大头肥脸的 Q 版造型,就是藏獒这样的猛犬,比起其他猛犬如猎狼犬、土佐斗犬、罗得西脊背犬,外形也要更 Q 一些。还有狮子,自然界的狮子长什么样大家都知道,可到了中国古代艺术家手上,无论是石刻还是壁画或者是舞狮,造型都 Q 到极点。《梦幻西游》之所以这么多年来持之以恒地受欢迎,恐怕也有一部分原因源自它是 Q 版吧!

4.12 维度与视角

游戏,3D 还是 2D? 这是一个问题。

简单说,如果一款游戏的人物角色是以图片作为素材,那么该游戏就是 2D 游戏。如果一款游戏的人物角色是以模型作为素材,那么该游戏就是 3D 游戏。2D 游戏是平面的,它的视角是固定的,没有摄像机的概念,而 3D 游戏,无论是否锁定了视角,都有一个摄像机存在,只是这个摄像机有可能是固定的,也有可能是可以推拉摇移的。

无论是 3D 游戏还是 2D 游戏,都出现过极为成功的大作。虽然游戏产业逐年由 2D 走向 3D,但是 2D 游戏依然有顽强的生命力,现在断言 2D 游戏将被 3D 游戏淘汰,还为时过早。

为什么这么说?还是因为人类的生理、心理需要。

4.12.1 男女大不同

在原始社会,由于男性和女性的生理特点和社会分工不同,导致了男性通常从事狩猎相关的生产劳动,而女性则从事采集相关的生产劳动。

长期的劳动分工,导致男性和女性进化出不同的空间能力。

男性需要到离家很远的地方去狩猎,需要通过精确判断,以投掷的方式俘获猎物,并能够找到回家的路,因此,容易迷路的人被淘汰掉了。男性具有更强的方位判定能力、空间想象能力和在运动中精准定向的能力,反应也会更迅

速，这些都是狩猎必需的。他们面对的是活的、高速运动中的动物，因此他们也必须更为灵活地进行空间心理转换。

而女性的采集工作令女性具备更好的空间轮廓识别能力，方位记忆力，以及色彩感觉。这些对于女性能采集到食物有更大帮助。由于女性面对的是固定不动的植物，所以她们更为惧怕空间改变。

由于男性对空间的心里旋转能力更好，运动中精准定向的能力更佳，所以他们更适应 3D 游戏，尤其是 3D 动作游戏，玩 3D 游戏会产生眩晕感觉的案例也更少。而女性则有更多的“晕 3D”的个体，她们喜欢所有的东西都固定在某个方位的 2D 游戏，甚至窗口和按钮的位置也不要变动。

了解这一点，有助于我们更精准地去确定一款游戏的用户群。以及在画面表现上，让我们的产品与用户群更贴合。针对女性的游戏，尽量做成 2D 或限制视角的 3D。而纯 3D 游戏，应慎重考虑以女性作为主要受众。

4.12.2 为什么会晕 3D

不少玩家，尤其是女性玩家和老年玩家，玩 3D 游戏时会出现头晕的现象，尤其是类似《雷神之锤》这样的第一人称视角或尾视角游戏，这种现象更为严重。

在运动过程中头晕，这种现象产生的原因，简单来说，主要是因为人类在运动的时候为了保证视觉的连续性，视网膜上残留着以前的视觉图像，和眼睛对于运动反方向的视觉补偿，这个时候，如果这些信息和身体的肢体感觉信息比较，得到了不同的感知结果，就会导致头晕的现象。

为什么闭上眼睛的时候转动还会感到头晕呢？这个仍然是因为肢体感觉和旋转时离心力的偏差导致感觉上的差异带来的头晕效果。

为什么那些舞蹈演员旋转的时候不头晕呢？那是因为他们在旋转的时候会职业性地把目光注意到一个物体上，尽量减少视网膜中的视觉残像。把双手升起来保持平衡，同时也减少离心力跟人带来的负面感知状态，这样就会减少头晕。

那么在游戏中头晕的成因又是什么呢？

首先，动静的混搭会导致头晕。

我们在玩游戏的时候，显示器或电视屏幕之外的一切都是静态的，而游戏中的景物又是动态的，这两种反差会导致头晕，尤其是游戏中的景物动态过大过剧烈的时候。

3D 游戏十分真实的画面，会让我们感觉世界真的在动，这些感觉来自视觉。在眼睛里有专门的视神经来感受运动。这些运动感受器官都是非常敏感的，

它们将感受到的运动信息传送到神经中枢，由神经中枢控制人体进行适当的反应，来应对运动对人体造成的影响。由于人体的肌肉以及大脑负责运动部分的组织没有给身体发送过运动指令，也就是说大脑接受视神经传来的运动信号的同时，又接收到身体没有在运动的信息。使大脑产生矛盾，从而无法处理。人类的身体会本能地将这种混乱处理成中毒，胃部会启动排除反应，也就是恶心的感觉。

其次，很多 3D 游戏，尤其是动作游戏和运动游戏，游戏中的运动速度过快，但是又不是高得让人无法看清楚，这会让人的视线无法聚焦。也就是说，无法像舞蹈演员一样在旋转的时候把目光聚焦到一个固定的物体上，因此就导致了头晕。

再次，镜头和角色的运动匹配不当，也会导致头晕，以一款横版游戏为例，如果角色稍稍移动一个像素，镜头就会同时跟动，这样就会导致镜头频繁移动，产生头晕。而适当地设置阻尼系数，让镜头不那么灵敏，则可以有效地减轻头晕的现象。

此外，视锥设置得过窄或者过宽引起的变形也会使人头晕。常规的视锥是 45°、60°、90°。水平可视角度是 120°，垂直可视角度是 60°。在这个范围内，一般都会让人感到比较舒服。

4.12.3 视角之殇

游戏的视角，常见的有第一人称视角和第三人称视角两种。

第一人称视角时，玩家看不到自己所扮演的角色，玩家看到的画面就是角色看到的画面。角色就是屏幕之外的自己。

第三人称视角比较复杂，有尾视角、侧视角和俯视角。侧视角通常又被称为横版，俯视角在 2D 游戏当中，又分为斜视角和正视角，斜视角又有 45°、60°等区分。在 3D 游戏中就没有这么麻烦，反正角度可以调整。俯视角偶尔又被称为全知视角和上帝视角。这些大多来源于文学，但跟文学方面的定义又有一定的不同，总之是一些约定俗成的东西。

对于 2D 游戏来说，正向俯视角中角色的主要行走动线是横平竖直的，操控角色行走比较简单，按下键盘上的“上”按键（或者其他跟“上”对应的键，下同），角色就向画面上方走，按下“下”，角色就向画面下方走，按下“左”，角色就向画面左方走，按下“右”，角色就向画面右方走。

如果是斜视角，也是一一对应按键，按上向画面右上走，按下向画面左下走，或者按上像画面左上走，按下向画面右下走。也有一些游戏是用小键盘四

个角的数字键来直观对应画面上的行走方向。就如同上帝在操作角色，让他向上，向的是上帝看到的画面的上方，而不去考虑这个角色在接受这个操作之前，他面向何方。就算他面向下，也会转身就向上走（基本上，很多游戏会省略转身的过程）。所以这种模式才被称为“上帝模式”。

到了 3D 游戏，操作变复杂了，除了上面所说的那种操作方式之外，还多了另外一种。最有代表性的是某著名 ADV 游戏，按“上”，角色向面部朝向走，也就是角色向前走；按“下”，角色转身朝背后方向走，也就是角色向后走。如果先按了“下”，然后发现走错了，那就要再按“下”才能回到原位。符合“负负得正”的原理，但是不符合很多人的思维方式。

左右两键的操作分成两个流派。一种是这款 ADV 游戏第一代使用的：按“左”，角色左转，然后再按“上”或者“下”，角色才能移动。还有一种操作方式在很多游戏上都有应用，左右键的操作方式和上下键一样，也就是按“左”，角色朝自身的左方走，按“右”，角色朝自身的右方走。

总之，这种操作方式是以人为本的，但是这个人角色而不是玩家，全然不管当时的游戏画面状况，不管玩家看到的世界的上下左右，只管角色朝向。因为这个“人”不是玩家这个上帝，而是画面当中玩家要扮演的小人儿……可以称为“凡人模式”。

鼠标操作也是同理，“上帝模式”是鼠标指哪里，角色走到哪里。而“凡人模式”则是按鼠标左键，角色左转，按鼠标右键，角色右转。

其实，“凡人模式”就是很多尾视角游戏所采取的操控模式，但是有些人玩尾视角游戏的时候，适应得好好的，可是一到了上帝视角的游戏，小脑就开始错乱，老是想着我按“上”，他应该向上走啊，按“上”错了的话，就应该按“下”纠正啊，总之，角色就像神经失调一样原地转圈，连个药都拣不起来，没一会儿就被僵尸秒杀了……

这是因为，在尾视角游戏中，由于角色位于画面正下方固定不动（通常只是角色的背影的一部分），人们更容易将自我代入游戏当中，而在俯视角和侧视角游戏中，人们可以看到角色的全身以及它所处的环境，这样就不容易把自己代入角色，从而也就会产生更大的认知矛盾和偏差，混乱就不可避免了。同样，这种混乱也多发于女性。

4.13 冷热媒介论游戏

从广义上而言，凡是能使人与人、人与事物或事物与事物之间产生联系或

发生关系的物质都是媒介。

从狭义上讲，媒介是介于传播者与传播者之间的用以负载、传递、延伸特定符号和信息的物质实体，它包括书籍、报纸、杂志、广播、电视、电影、网络等，及其生产、传播机构。

无论是广义还是狭义，游戏都毋庸置疑地是一种媒介。

马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan，1911—1982 年），是著名的媒介理论家。他提出了“媒介即万物，万物皆媒介”的说法（The medium is the message）。所有媒介都可以与人体发生某种联系，如石斧是手的延伸、车轮是脚的延伸、书籍是眼的延伸、广播是耳的延伸、衣服是皮肤的延伸等之类的。媒介无时不有，无处不在。

4.13.1 麦克卢汉如是说

我一直以来都在思索如何运用麦克卢汉的经典理论武装一下游戏行业这个因年轻而理论缺位的行业。但是他老先生的著作根本就是典型的冷媒介，清晰度低而含混，而且还像弹簧一样跳来跳去，令人无从下手。

那么就先挑清晰的说吧，麦克卢汉有如下四个命题。

- 媒介是人的延伸。
- 游戏是一种媒介。
- 冷媒介：低清晰度，高参与度，包括手稿、漫画、电话、电视、口语。
- 热媒介：高清晰度，低参与度，包括书籍、报刊、广播、电影、照片。

麦克卢汉对于冷热媒介定义的含混不清，让后人为了之争论不休。甚至有人说，现在有高清电视了，电视清晰度比电影还高，那么电视应该变成热媒介了吧？哈哈！这话要是让麦克卢汉听到，他一定笑得很开心，他戏弄后人的目的达到了。

说到游戏，麦克卢汉对其热情赞颂了一番，而后就跑去研究别的媒介去了，而且，他所说的游戏，指的是传统游戏。虽然他生命的最后几年，电子游戏已经出现，但他没有对它发表过看法，对于一个提前几十年预言了电子商务和地球村的大师，我们也不应过分苛求，毕竟没有人是媒介的全才。

那么就来说说我对麦克卢汉的理解吧。

我认为游戏具有高参与度，所以它是冷媒介。这个应该是毋庸置疑的，无论是传统游戏还是电子游戏，都是如此。

但是——且慢！在伴随人类历史的这条游戏长河中，还伴有大大小小的石头，其中最大的一块石头叫“单机游戏”。因为大多数传统游戏都是人与人之间

进行的，只有极少数属于自娱自乐，这些都是非主流的小石头，但到了电子游戏时代，在早期占据主流地位的，居然是一个人进行的单机游戏。如果在“游戏”这个媒介内部，再度划分冷热媒介的话，还是按照参与度高低，无疑单机游戏是热媒介，而网络游戏是冷媒介。我想麦克卢汉在世的话，他应该也会赞同我的看法。

在承认这个命题的前提下，我们来看看清晰度的问题。首先，清晰度肯定不是指分辨率那样表象的清晰度，同时也不应该是这个媒介本身能够传达的清晰度，从理论上讲，同一平台上的单机游戏和网络游戏，在技术上能达到的信息清晰度应该是一样的。那么，这个清晰度的差别到底是什么呢？我想应该是用户希望从这种媒介中获得的清晰度，这是跟用户的消费习惯以及这种媒介的信息传达模式相关的。

好了，停止理论，举个例子。

“在游戏制作的细节上，也不注重玩家体验，怎么简单就怎么做，只要达到目的就可以了。比如说，人物打坐，从站立到坐下没有任何动画，直接扑通一声坐下。……（经过对玩家的调查）基本上所有的人都认为一些粗糙之处是无所谓的，只有一名玩家表示无法忍受现在的画面而要离开。”

以上摘自一篇很权威的《征途》研究报告，充分说明了玩家对于网络游戏的需求是低清晰度的，粗糙的。而单机游戏开发者断然不敢让人物从站立状态直接切换到坐下状态，而中间没有任何过程，那样一定会被玩家骂死。

长期以来，《仙剑奇侠传》玩家一直为左衽右衽，以及中国人不该有红蓝发色吵嚷不休。可是大部分武侠网络游戏都有五颜六色的头发，很多武侠网络游戏都不在意左衽右衽的设计，却很少有网络游戏玩家抱怨，即使这个玩家既玩《仙剑奇侠传》也玩《天龙八部》，但是他的评价尺度就是不同。冷热媒介的区分是如此的清晰鲜明，对单机游戏的要求是清晰的，考究的，力求细节完美的，而对网络游戏的要求就粗疏了许多。

除了画面，内涵方面也是如此。网络游戏缺乏世界观，网络游戏没文化，这是大家一致的看法，但是，玩家真的需要网络游戏有世界观？有文化吗？《魔兽世界》应该算是个世界观庞大完整的网络游戏了吧？请随机抽选一些1年左右的玩家问问看，他们之中相对比较了解《魔兽世界》世界观的人，比例其实是很低的。

4.13.2 游戏媒介的清晰度

那么，网络游戏玩家对于网络游戏的清晰度，能接受的底线是怎样的呢？

没有影子？那算什么，玩家不在乎；缺少光源，那又怎样，玩家根本看不出；没有 3D 动作熔接，那是什么东西，玩家根本不需要；没有 3D 音效？那玩意儿貌似只在高端大气上档次的美日巨作中见过几面，没啥意义；没有背景音乐只有少量音效？是这样吗？你说的是我正在玩的这个游戏？……哦！仔细想想好像是那么回事，之前都没感觉啊~~（以上欢迎对号入座）

说了这么多，我不是在教大家粗制滥造，只是想提醒开发者，你认为的好，可能跟玩家认为的好不在一个档次上，你在网络游戏上费心费力费钱费时间，辛辛苦苦弄出来的，高清晰度的游戏体验，也可能只是鞋底子绣花，媚眼作给瞎子看，玩家并不领情，甚至并没看到。

总之，很多在开发者看来代表高技术、丰富游戏体验的东西，到了网络游戏玩家那里，统统成了杯盘碗碟，玩家只关心里面盛的是不是海参鲍鱼，并不关心杯盘碗碟是青花还是红釉。是的，你可以说网络游戏玩家低俗，你可以说玩家是进了大观园的刘姥姥，只知吃东西，不懂欣赏“五彩小盖盅”的价值，但是玩家毕竟是我们的衣食父母，你把“五彩小盖盅”卖掉，买些山珍海味给玩家吃才是硬道理。玩家玩网络游戏，玩的就是网络游戏的特性，也就是游戏性，如果只是看重声光效果，他可以选择去影院看大片。当然，作为游戏，在不损失游戏性的前提下，有更好的声光效果会更吸引人。但游戏本身好不好玩是最重要的前提，好玩如美女，效果如衣服，每个人都会选择一丝不挂的西施，不会选择衣饰华美的东施。

再来用人和狗对食物的要求做个比喻吧！人对食物的要求是色香味俱全，其中最重要的是“味”，而狗的味觉十分迟钝，视觉又缺少分辨红色的能力，但是嗅觉却高出人类几万倍，因此，狗对食物的要求就一个，闻起来香，对于色啊、味啊，几乎没感觉。给狗吃南北大菜、满汉全席，狗可能觉得还好，但比路边摊洒过羊尿的劣质羊肉串还差那么一点点。但是从成本上来说，差的可就不是一点点了。结论是，用最低的成本，给用户最需要的，给用户认为最有价值的，任何行业都应该如此。（以上绝无半点藐视玩家的意思，我自己也是玩家的一员。）

回到网络游戏的低清晰度上面，网络游戏之所以是低清晰度的，是因为它是多人参与的，焦点分散的，而单机游戏则是焦点集中的，玩家是绝对的主角。再举个例子，想象在早高峰时间，你站在地铁出口的顶棚上，来来往往的人流中挑选美女，你选出的人一定具备以下特征：身材标准或苗条，身高标准或高挑，头发经过精心的修饰打理，服装搭配合理不出错，并在人流中显得出挑，整个人是清洁整洁的，面部五官是端正的。别以为这种标准的美女很容易找，你可以按照我说的情境试试看，在中国大部分城市的大部分地铁口，能达到这种标准的几十人里面才会有一个。换过一个情景，你在观看港姐、亚姐、世姐

或者模特大赛，参赛的美女们肯定都符合以上标准，但是你肯定意见多多，什么飞机场啦、小眯眼啦、地包天啦，说不定所有佳丽都不入你老人家法眼。地铁口就是网络游戏，而选美比赛就是单机游戏。

网络游戏是社会的，混杂的，在这种环境中，美女只是一个轮廓，说得文学一点，就是“倩影”，不需要太考究细节。而单机游戏是个人主义的，清晰而高度聚焦的，因此做单机游戏人设，可能细致到角色耳朵上有几个耳环，头发的发质是软是硬。因此，玩家品评单机游戏的画面，可能会分成三六九等，而对于网络游戏的画面，很多玩家会认为《天堂 2》、《诛仙》、《天下 2》和《卓越之剑》在美观程度上是同档次的，其上和其下各有一个档次而已。

4.13.3 过热媒介的逆转

单机游戏将向何处去，相信很多人有这个疑问（这里单机游戏特指 PC 单机游戏）。国内的惨淡状况就不用说了，国际上也是比较萧条，画面到了纤毫必现的程度，机能到了硬件无法承受之重，开发费用不断上涨，但是利润却没有水涨船高。单机游戏像是走到了死胡同。

麦克卢汉指出，热媒介存在着“过热媒介逆转”的现象。过热媒介逆转有两个先决条件——用户需要和技术进步。麦克卢汉分析了广播这种热媒介在电视这种冷媒介的冲击下发生逆转的过程：“电视的出现，让广播由娱乐媒介变为一种中枢神经系统。”

每次跟朋友聊起单机游戏的未来，我都是持乐观态度的，并且援引广播作为例子。广播的全部功能，其实都能被电视取代，但是直到今天，广播作为热媒介依然有着顽强的生命力。

分析一下广播的过热逆转，在需求方面看，主要原因如下。

- 人们在从事手眼忙碌，但耳朵空闲的活动时，需要广播而不需要电视。
- 人们需要通过广播这种“中枢神经系统”，最简单直接地获得实时资讯：天气、路况等。
- 特殊情况下，广播是最容易获得的媒介之一，譬如大地震的场合，广播的作用不容小觑。
- 特殊人群的需求，如盲人。

在技术方面的原因主要如下。

- 接收设备的微型化，使收音机可以随身携带，内置到手机甚至手表中，作为人的延伸，和人的结合更加紧密了。
- 汽车的出现，为广播提供了独特的需求群体和需求场合。

- 电话和手机的出现，为广播这种热媒介提供了参与性，形成了热媒介的冷局面。

我们来看看同样是热媒介的单机游戏。

玩家有需求吗？答案是肯定的。

如果说游戏是梦想，那么单机游戏是最接近梦想原点的，游戏中的一切，都是为成就玩家的梦想而存在的，只要人类还有梦想，还希望享受梦想，那么就会对单机游戏有需求。

单机游戏是所有媒介中最私密的，专为一个人享有。因此它的内容尺度也可以最宽泛，可以满足细分用户的特殊需求。《青蔷薇惨剧馆》就是个很好的例子，作为 AV，它成为日本的禁片，但作为游戏，世嘉公司却打算把它推广到全世界，如果它是网络游戏，相信任何国家都不允许它运营。

那么，什么样的技术进步能实现单机游戏的过热逆转呢？

我相信绝对不是现有技术的应用，譬如全程联网、下载关卡、网上存储或者附带有弱联网功能的单机游戏等，这些都不是正道。应该是一种颠覆性技术，彻底改变了单机游戏。或者把单机游戏也从娱乐媒介转变为其他什么东西，或者颠覆性地提升了单机游戏的交互方式，麦克卢汉说：“任何技术和发明都是人体的自我延伸的截除。”所谓的自我延伸，就是一个外部设备，延展了人类的感知，拓展了人类的视域。所谓自我截除，也是一个外部设备，替代了一些人体器官……说到这里，大家想到什么了：大型体感设备？谷歌眼镜？能根据 AV 女优反应而动作的互动撸管杯？能根据 HGAME 情节和产生不同力度的指套鼠标？嗯嗯！这些都属于体感互动的范畴，硬件的发展一定会为未来游戏的变革奠定基础！

4.13.4 游戏媒介中蕴含的信息

麦克卢汉指出：“媒介本身是信息，媒介的内容是另一种信息。正如同文字的内容是言语，印刷的内容是文字一样。”也就是说：“一种媒介是另一种媒介的内容。”“没有一种媒介具有孤立的意义和存在，任何一种媒介只有在与其它媒介的相互作用中，才能实现自己的意义和价值。”

那么我们分析一下单机游戏和网络游戏的内容分别是什么。

我认为单机游戏的内容是故事，或者说是小说。不仅仅角色扮演游戏是故事，任何一款单机游戏都是。

譬如俄罗斯方块，它讲述了这样一个故事：从天际不断落下各种形状的方块，你不能阻止它们下落，但是可以改变它们的方向和位置。你要努力使方块与

方块紧密连接成一行，这样它们才会自动削去，每隔一段时间，天使们会跳起俄罗斯蹲舞来鼓舞你，当天地间充满了方块的时候，世界就灭亡了，加油吧！被神选中的英雄！”听起来是不是很像南美或者非洲某个部族中流传的创世神话？

那么网络游戏呢？我认为网络游戏的内容是新闻。

当然，不排除网络游戏中也有故事，譬如任务，就像新闻中也有故事一样，但故事绝对不是新闻的全部。网络游戏作为一个整体，传达的不仅仅是单个玩家做了什么，而是整个游戏世界发生了什么。玩家玩一款网络游戏到了后期，吸引他每次再度登入这款网络游戏的因素，除了游戏性和等级装备等游戏本身的内容之外，还有新闻性的内容：我不在的时候，世界发生了什么？有什么新内容新系统？我的朋友做了什么？我的门派公会做了什么？我拍卖的东西卖出去了没有？谁给我发了纸条留言？我的排名有没有变化？游戏中又发生了什么类似铜须门事件的好玩事？再丰富的系统，总有玩尽的一天，再繁多的任务，总有做完的一天，再高的等级上限，总有达到的一天，但新闻性的内容是没有止境的，太阳每天都是新的。

了解媒介的内容是哪一种信息的指导意义在于，我们可以通过分析媒介内容所属的信息，去进一步提升媒介的作用和功能。

既然网络游戏的内容是新闻，那么网络游戏就跟其他新闻媒介，如报纸、门户网站等在这个层面上处于同等地位了。我们就可以借鉴这些媒介的特征，去提升改进网络游戏。看到这里，相信在这个行业有不同资历、不同经验的人，会得到不同的启发。譬如说，我们可以像连载小说一样，开发一种每日固定更新内容的游戏，类似推理或悬疑题材就很适合，每天一个鬼故事或者每天一个杀人事件是不错的选择。那样的话，所谓游戏制作人，就成了类似电视、广播主持人一样的存在，而这种网络游戏，也会成为具有超长寿命的常青树。

当然，这一切内容都是建立在假设麦克卢汉的所有观点都是光荣伟大正确的基础上的，根据他的观点，我来分析了一下他未曾分析过的电子游戏——这一新媒介。现在是一个新媒介空前发展的时代，可惜麦克卢汉看不到了，相信如果他活到今天，一定也会对电子游戏这个媒介非常感兴趣吧。

不是这世界越来越光怪陆离，而是媒介越来越丰富，带我们延伸到了更荒、更远、更偏僻的角落。感谢媒介让我们生出千手千眼，让我们的人生如此多彩！

4.14 且从电影看游戏

数年前，我在第九城市公司内部演讲中，提到了预审制度是对中国游戏产业最好的呵护，但这只是行业发展初级阶段的现状，随着产业发展壮大，政府

必然会进一步加强监管。

不管怎样审，怎样管，至少我们还没有像早年美国电影业那样，被“反托拉斯法”割裂产业链条，更没有“非美活动调查委员会”对从业者进行政治迫害。十年生聚，十年激励，中国游戏产业一路走来一帆风顺，发展环境是前所未有的得好，而不是差，虽然阶段已经度过了高速发展时期，进入了平稳发展时期，但依然是最有前途的产业之一。

电影是第八艺术，游戏是第九艺术，就好像一棵树上的两个果实，看大的那个成长的轨迹，大概也能猜出小的那个的未来了。

对于游戏产业，如果有困惑，有迷茫，有不懂，那么就从电影中找找答案吧！

好莱坞经济学已经俨然成了经济学的一个分支，有太多成型的理论可以借鉴，我们就来——套用吧！

4.14.1 尽人事，听天命

对于超过 2000 部电影的调查说明：只有 22% 的电影赚钱，其中有 3% 会成为绝对的大片，78% 的电影都是赔钱货。

游戏的成功率，只会比电影低，不会比电影高，甚至某些情况下要低很多。

有不服且好事者，可以统计一下在 17173 有专区的游戏，看看是否符合这个比例。别忘了，还有大量游戏没有等到建立专区就已经夭折。

至于手机游戏，更是这样，一将功成万骨枯，很多园区几十、上百家小公司当中，几乎没有有一款成功的产品。

所以，无论是电影也好，游戏也好，首先必须保本，其次是赢利，然后才是 OOX 等，OOX 包括上市、出名、某某之父、某某先驱等，都要先赚钱再说，不赚钱什么都不是。

因此，手里有两个闲钱的房地产商、煤老板们注意了，这个行业可是高风险行业，天道酬勤、功不唐捐等理论是没有市场的，你们要来，就要做好心理准备，这个行业赚钱的概率比炒房要低很多，但应该比拉斯维加斯要高。

按照这个比例，做过一款不赔钱的游戏的公司，已经是行业前 20% 甚至前 10% 的公司了，做过一款不赔钱游戏的开发人员，已经是这个行业的精英了，要求可不要太高哦。

虽然好莱坞经济学中有个光荣伟大正确的论断，那就是“没人能预知任何事”，然而根据这个成功比例可以看出，如果我们尝试着判断一款游戏必然失败，还是会有很高准确率的，但是我们很难准确预言哪款游戏必然成功。所以我们经

常会迷茫，会感慨，会心里没底，会邯郸学步和守株待兔，会仰天长叹玩家真难伺候……因此我们的业界元老任天堂公司会把“尽人事，听天命”作为立身之本。

看到这里，你也一定会无语问天：玩家到底想要什么？要怎样才能成功？那么——请、看、下、集！

4.14.2 欲练神功，引刀自宫

电影的预算和票房收入之间存在着很高相关性。但这种相关性差不多没有什么意义，大制作的烂片也不少。同样，导演、演员的明星效应也无法预测。

这个定律可以换个角度就是“钱不是万能的，没有钱是万万不能的”。

也就是说，大成本的电影，无论回本率也好，成功率也好，大作率也好，都高于小成本的片子，甚至是远远高于。当然，看到这里，你脑海中会浮现数个大成本且失败的电影的名字，但有可能一个小成本的失败之作你都想不起来，这是因为大成本的电影失败，是一个轰动性的事件，更容易为公众所知，而 N 多失败的小制作电影，拍摄了，公映了，下了，没了，悄无声息，不带走一片云彩，当然也就不为公众所知。

游戏也是同样的。而且网络游戏的开发运营是一个动态的长期的过程，不像电影的档期那么短暂，就算是已经推出的游戏，只要不断地根据市场和用户的需求去调整，去改动，并加大投入，丑小鸭也有机会变成天鹅，正因为这种可以不断完善特性，造成了网络游戏对于资金的依附性更加高于电影。

结合这两个定律，我们具体分析一下，譬如今年上市 100 个 PC 网络游戏，根据定律，其中有 20 个回本并赚钱，有 3 个大赚特赚；这 100 个网络游戏中，有 10 个是不差钱的大制作，个人根据中国游戏市场的分析，至少有 6~8 个能回本并赚钱，有 2 个大赚特赚。那么，剩下的 90 个网络游戏中，就只有 12~14 个可以回本并赚钱，有 1 个大赚特赚。

结论是，没钱的小项目们，只有百里挑一的项目才有可能获得大成功，想要凭借一款游戏上市，成功率并不比谭木匠、一茶一座或者星期六要高啊！

然而且慢！还没算明星效应呢！明星效应对于成功率的提高不差于金钱哦。那么，剩下这 90 个小成本项目中，至少有 10 个是非常有经验的明星团队开发的吧，这 10 个中又至少有 6~8 个能回本并赚钱（依然是个人看法，欢迎不同意见），就算有 0.5 个大赚特赚吧，那么剩下的 80 个没啥大钱，又无明星团队的项目，就只剩下 4~8 个可以回本了，大赚特赚的希望也更渺茫了。

实际是，国产网络游戏十几年，真正称得上大赚特赚的客户端网络游戏，也只有那么十几款而已，至于这十几年国产客户端网络游戏的数量呢，我能找

到的数字是 2007 年有 267 款，这十几年算下来怎么算也上千了，大成功率不超过 1%。

所有的电影、游戏从业人员都有必要了解这一点，这样更有助于你去判断应该加入哪个项目，离开哪个项目。

4.14.3 即使自宫，未必成功

看到这里，也许天南某大公司老板会痛哭曰：“偶公司有的是钱，偶团队开发经验最深厚，我的技术不输给玻璃渣（暴雪公司的俗称），偶美术虽差但是差得不远，偶曾经开发过最辉煌的产品，但为何偶近几年开发的游戏都不成功呢？”

所有的电影都是不同的产品而且通常是很不同的产品，所以：

1. 一个产品的成功不能预言其他产品也可能成功

游戏当然也是同样。

所以，就算你的团队开发过一款大成功的游戏，也不能证明下一款游戏必定成功，如同一个女人的第一个孩子很健康，并不能保证她的第二个孩子完全没有任何缺陷一样。而且在游戏业，经常会有“二代死”的现象，就是一个公司推出一款成功游戏之后，下一款游戏的失败概率就高了很多，或者是一款游戏很成功，它的下一部续作往往比较失败。

2. 价格竞争通常没有效果

电影也好，游戏也好，每一款都会给人不同的体验，最好的作品和最差的作品，虽然品质上有高下之分，但是它们的体验是完全不同的，爱吃饺子的人，不会因为寿司降价而改为爱吃寿司——这个比喻未必恰当，总之如果你运营一款三流游戏，就算价格很便宜也不会吸引到和二线游戏一样多的玩家，即使是几乎一模一样的游戏（譬如山寨或私服），价格的影响力也不是十分明显的，这也是文化创意产业所特有的现象之一。

3. 制作人直到观众看完电影，感受过之后，才能真正了解他们作品的全部本质

这一点好像有点玄妙，观众感受到的，通常和制作人要传达的不同。以我自己为例吧，在设计《仙剑奇侠传三》的时候，其中有一个丑陋的配角，叫“赵无延”。虽然我设计了这个角色，但是我做梦也想不到会有“延帝教”的出现，“延帝教”就是一群玩家，他们是赵无延的粉丝，他们聚在一起，讨论他，为他创作同人作品。这个角色的粉丝数量以及活跃程度，居然超越了有些主角。像其他所有细节一样，我认真制作了赵无延相关细节，然而我不知道哪一个细节

会打动用户，会产生口碑效应，会形成潮流。

作品的最终完成者不是制作人，而是用户！

4. 观众直到看完电影才知道自己喜欢什么，每部电影都是发现之旅

也许大多数人对于上一条的难以理解比较释然，因为毕竟不是所有人都是制作人，但是，这条也不是那么容易理解的。

还是举例吧，譬如说，你很喜欢冯小刚的《甲方乙方》、《不见不散》，你认为你喜欢的是冯小刚，但是后来你发现你不喜欢《集结号》，你又认为你喜欢的其实是葛优，但是看了《气喘吁吁》，你并不喜欢，于是你判断你喜欢的是他们两个在一起，但你又想到《夜宴》也很无趣……总之你无法知道他或者他或者他们的下一部片子你是否喜欢，但是你会去看，你也不知道他或他让你失望多少次之后你会放弃他们……

游戏也是一样，有时候看画面，感觉自己会喜欢，但玩了后觉得无聊；或者是玩一个老游戏已经厌烦，离开后晃了一圈，发现世间始终是它最好。

4.14.4 我认真，我自豪

那么，有人问了，莫非游戏的成功，就像飘零的花瓣，有些落入茅坑，有些落入林黛玉的玉手，一切都是未知吗？当然不是，虽然电影和游戏是艺术不是科学，但艺术也不是宿命论啊！

一部要让观众成为最大公分母的电影，必须从筹划开始，让片子中的一切，对外辐射着“可信信号”，它会自动提示着公众：嗯，这个片子值得一看。

所谓“可信信号”就是“品质信号”。它等于大量投资，著名编剧导演，著名影星，著名摄影、音乐、美术……大场面，特别的外景地，超酷特效，炸楼毁车，首映庆典，明星演唱，专家背书，营销炒作等。我投入了，我下本了，我拼命了，我认真了，你们不想看看吗？

电影如此，游戏同样！

1. “可信信号”是可以累加的，“可信信号”越多，对用户的说服力越强

因此历时六年，耗资上亿，500 人的团队，影星代言，歌星献声，微电影，盛大发布会等，在业界此起彼伏不是没道理的，这一切都在说明一件事，我可是把孩子豁出去了，狼们快点来吧！

2. “可信信号”是需要传播的

你的“可信信号”再多，如果公众不知道，那也是白搭。最好的传播如同水银泻地，无孔不入。你关上门，我从窗户进来，你不看电视，我在报纸上等

你，你走路时，我在街头闪啊闪，你上网时，我在左下角出现，你错过了今天，还有明天、后天。

传播的秘诀有两个，第一是在任何时刻，始终保持在这个世界上存在大量的资讯量，第二是，要不断更新。

在电影行业，宣传费用通常和拍摄费用持平，可见传播之重要。

3. “可信信号”必须可信

要炒作，地球人都知道，但是炒作不要过火，就不是所有人都能把握的了，在什么位置，做什么事，演皇帝要像皇帝，扮太监要像太监。拎着 LV 挤公共汽车一点都不优雅，即使那 LV 是真货。动辄“某某之父”，动辄以老前辈、殉道者自居是很招人烦的事情，即使那个“某某游戏”真的能开口管你叫爹。

认真对待每个细节，发挥出自己的极限，追求“更好”的境界，这就是所谓“尽人事”，至于是否成功，毕竟还有一些天命在里面。

4.14.5 十年一剑，刹那芳华

电影和游戏的最大魅力，就是它们的高风险。

电影是一揽子交易，实际上所有的支出都花在第一次公映之前，这意味着在大家知道是什么元素促成这部电影成功之前，所有的成本都已经花出去了。

有点像赌博，你不下注，永远不知道结果，所有的投入都等待最终的翻牌，中途退出则会一无所有。因此，无论电影也好，游戏也好，关键在于坚持，从投入第一天开始，就走上了一条不归路，只有咬牙坚持到最后，才有可能看到一个结果，无论这个结果是成是败，不能坚持的人，连结果都看不到。

在游戏行业，没有成功过，永远不知道怎样能成功，为什么能成功。一款游戏，不做到最后，不知道结果，是没有办法积累下经验值的。当然我说这话的意思不是让你把数年青春丢到一款没有希望的项目中，成为土老板手中的小玩物。我只是说，半款游戏的经验是远远比不上完整游戏的经验的，这个完整包括了最终运营后用户的反馈。

首映后 4 周内决定了一部电影的生死，电影像降落伞，如果打不开，你就会死。

游戏也是同样，公测后一个月，基本上大局已定了。大部分表现不好的游戏，挽救起来都无比艰难。

我最喜欢玩的一个自我测试就是，在某个网络游戏公测的第一天，进入游戏 and 论坛看看人气，公测的第 30 天，查一下搜索指数，去猜它的在线人数，然后再想办法求证。这可是训练行业直觉的不二法门。

当然，还是那句话，电影是一次性的，网络游戏是长期的，因此，网络游戏还有回炉翻身的机会，从这一点而言，网络游戏更像包装明星，叫王菲不红，那就改成王靖雯，王靖雯不红，就再改回王菲。

直到影片发行后，发行商才知道某部电影是否成功。

这一点有点像赌石，看上去都是普通鹅卵石的样子，你不知道里面有没有绿。价钱也是几万到几千万不等，买来后，一刀下去，见绿了，身价便坐上火箭，直冲千万上亿，但全剖开，也许只有那一刀附近的绿（北京某专业机构十几年前就干过这样的事儿，买了块开门子的原石，原以为是个大玉瓮，结果只有开门子那一线绿，只够打个玉盘子）。

当然，电影和游戏没有那么高的随机性，而且不全是运气，也有见识和魄力在，当年《疯狂的石头》叫价 100 万没人要，最后却赚了个盆满钵满。

4.14.6 你不是一个人

电影通常是集合了成百上千人才能的艺术品——从摄影到编剧到化妆到作曲以及演员的努力必须要谨慎协调。

这个道理是如此浅显而明确，以至于我都觉得没有讨论它的必要。

然而，在电影和游戏行业，依然有人坚持一个人的创作，很显然，自编自导自演的电影通常都是小制作，从前面的理论可以得出结论，它的成功率必定不高。无论是编剧、导演还是演员，都是值得人为之一生奋斗的事业，能够同时把三者做好的人应该是不世出的奇才，大多数人是做不到的。还是我一直强调的，要有敬畏之心，即使像卖油翁那样最简单的工作，也是需要技巧和磨炼的，何况电影和游戏这样复杂的工作呢？

游戏行业也是一样，总有人想要凭借一己之力成就一款成功的游戏，想想在产业初期倒是有数个先例，但是随着游戏的复杂化，分工的细化，成功的可能性越来越微乎其微了。

还有就是引擎控，总想自己开发引擎，认为那才是真的高技术，纯粹的游戏。遇到这样的人，我总会问他，如果你开一个面包房，你会从种麦子做起吗？还是从磨面做起？也许中世纪的面包房主是那样做的，但是现在是 21 世纪，所有的面包房都以购买面粉作为起点了。

社会分工是人类文明的标志之一，也是商品经济发展的基础。社会分工的优势就是让擅长的人做自己擅长的事情，使平均社会劳动时间大大缩短。生产效率显著提高。不习惯社会分工的人，通常也不擅长配合、沟通和协作，不擅长配合、沟通和协作的人，通常或多或少存在社会化障碍，而网络游戏是一种高度社会化的娱乐方式，存在社会化障碍的人，是做不好网络游戏的。

第 5 章

好游戏好在哪

人生苦短，别喝劣酒。(Life's too short to drink bad wines.)

——西方谚语

游戏太多，人生太短。一款游戏，少则耗费三五十小时，多则耗费数年光阴，如果沉迷在了一款烂游戏当中，不知有汉，何论魏晋，为了一株野草，错过了无数繁花，无疑是非常遗憾的事情。

我们可以轻易找到一本好书，或者一部好电影，只要它是经典，我们很容易就能把它找到，开始阅读或者观看。但是游戏则不然，虽然知道这款游戏是经典，但是你不一定随时随地都能找到并顺利进入游戏。这之中有平台限制，例如古老的 PC98 游戏，硬件已经退出市场很多年，几乎无处可觅。抑或有操作系统的限制，有些 DOS 下的 PC 游戏，在 Windows 8 下面运行则会非常困难。更有那些古老的网络游戏，已经停止运营，研发公司说不定都已经解散了，如果名气不大的话，也不会有私服，真的是天高水茫，无处寻觅。虽然很多游戏机都有模拟器，但是用模拟器玩，游戏体验还是不同的，总有些到喉不到胃的感觉。

游戏就像滚滚长江东逝水，奔流到海不复还。这一刻，你能抓住的，就抓住了，你错过的，可能就永远错过了。所以，分辨好游戏和坏游戏，是玩家的一项重要技能。

5.1 节奏感，大作的标志

……想起家传秘方来了，打开一看什么呢？一白纸包。白纸包打开一瞧，还是白纸包。这家传秘方嘛儿玩意儿这里头……打开最后一瞧呢，是一小纸条。把纸条拿出来打开一看，写着俩字：挠挠！

——马三立相声《家传秘方》

这段相声，可以说只要是中国人都知道。但是你大声念一遍看看？可乐吗？一点都不可乐吧？别说是你，就是换另外一个相声演员来说，也不如马三立说得可乐。同样的话，一个字都不差，让马三立说一遍，它就是可乐。你听第一百遍，还是会笑。这就是大师，这就是大师的节奏感！

被称为“京城京剧第一作家”的和宝堂曾经这样评价过这段相声：“马三立的相声特别简单，可是很多人不敢学，不敢说。就说那段《祖传秘方》吧：那个得了瘙痒症的人得到严密包装的祖传秘方后，剥开里三层外三层的包装，里面却是一个纸条，写着两个字：‘挠挠。’每次说到这儿，总是几秒钟的静场，接着一个可场笑。不少人试着说了，不行，没眼。秘诀在哪儿呢？他说了两个字：节奏。可是这两个字说来容易，做起来就不是那么容易了。那是几十年的积累，几千遍的琢磨。”

譬如说，一款好的单机角色扮演游戏的整体节奏，应该做到练级不烦，打怪不累，剧情走到哪里，基本上等级也到了哪里，不需要专门刻意去练级。

一款好的横版过关游戏，起承转合要层次分明，起要平直，承要从容，转要变化，合要渊永。熟悉《超级玛丽》的玩家应该都有体会，这个游戏每一大关的四个小关，都是标准的起承转合，节奏一丝不乱，中正平和。

一款好的网页游戏，节奏要流畅。一进入游戏的新手教学系统，不要让人产生说教感和复杂感，要亲和自然地引导玩家熟悉系统。教学系统结束后，要平滑过渡到游戏主要内容上来，而不应该出现明显的断档，让玩家不知道该做什么。

节奏感既有整体节奏，也有段落节奏。

以《水浒传》为例，水浒传是章回体的，采用的是人物接故事的手法，有所谓“武十回”、“杨十回”、“林十回”的说法，整体节奏如行云流水，自然衔接。在这部小说的具体段落节奏当中，其节奏多类似于电影画面感，推拉摇移，层次分明。导演张骏祥曾经指出：“……（水浒传等）有些写得节奏鲜明的古典文学作品，几乎可以毫不费力地搬上银幕。”导演李翰祥也在《影海生涯》中分析过武松打虎一段中体现的镜头语言。

以某个网络游戏的设计为反面例子：

20级之前做主线任务，让玩家具备了基本的等级、金钱和装备。20级之后升级突然变慢，主线断掉，钱基本只能满足修装备和吃药，升技能、学手艺都没钱，同时大量其他系统开放。这会导致游戏难度突然升高，玩家无所适从，无法适应导致流失。

对于游戏来说，速度节奏也是一个重要的组成部分。任天堂的横版动作游戏巨作《超级玛丽》和世嘉的《索尼克》在某个时期是相互比肩的两款作品，但是两者的动作节奏截然不同。《超级玛丽》讲究动静结合，有张有弛，有时候会以退为进。《索尼克》则被称为“音速小子”，极度强调速度的流畅感和爽快感。

动作游戏的动作节奏也是节奏感的重要组成部分。世嘉的《忍》系列强调动作行云流水的快感，而 Technos 的《双截龙》系列的动作则是古拙厚重，强调拳拳到肉的扎实感。

此外，游戏节奏和影视节奏不同的地方，在于游戏有操作节奏。

所谓操作节奏，就是我们通过输入设备下达指令之后，画面对于我们指令的反应状况。也就是通常所说的操作 UE。用户体验（User Experience，简称 UX 或 UE）是一种纯主观的、在用户使用一个产品（服务）的过程中建立起来的心理感受。操作节奏是个很主观的东西，很难量化和描摹，但是我们经常会听到玩家讨论这个游戏的手感比较“飘”，这个游戏的手感比较“黏”，说的就是这种操作节奏的差别。

再来，我们再举一个文学作品的例子，让大家感受一下节奏感的区别，下面两段文章都是描述男女情侣离别的，分别是张爱玲的《爱》和王鼎钧的《如果》，一个婉约，一个豪放，一个轻声细语，一个豪情万丈。

《爱》：这个村庄的小康之家的女孩子，生的美，有许多人来做媒，但都没有说成。那年她不过十五六岁吧，是春天的晚上，她立在门后，手扶着桃树。她记得她穿着一件月白色的衫子，对门住的年轻人，同她见过面，可是从来没有打过招呼的。他走了过来，离的不远，站定了，轻轻说了一声：“噢，你也在这里吗。”她没有说什么，他也没有再说什么，站了一会，各自走开了。

《如果》：那时，我们都在那个站上车，你要北上，我要南下。我们等了两天两夜，隔着两个月台之间的铁轨相望，隔着早晨的雾气和夜晚的星光相望，隔着重重的人影和冷冷的雨丝相望。我们都紧张地等着捕抢那万分之一的登上火车。那隔在中间的铁轨，不久就要变成百丈铁墙。你有你的轭，我有我的轭，而一辆车在墙里，一辆在墙外。我们得分别寻找自己的车，再无选择。

5.2 唯快不败

绅士的演讲，应当像女人的裙子，越短越好！

——林语堂

在一次宴会上，美国作家马克·吐温给大家讲了他捐款的故事：“有一回，我走进教堂，一个牧师在动员捐款。最初，我觉得他讲得很感人，打算把口袋里的钱都掏出来。可是十分钟以后，他还没讲完，我改主意了——留下整元的钞票，只捐零钱。又过了十分钟，我干脆决定一毛不拔了，可是台上的牧师还在讲。等到他终于讲完，把收款的盘子递到我面前的时候，我气得不但没捐什么，还从盘子里拿了两块钱。”

Google 做过一个试验，显示 10 条搜索结果的页面载入需要 0.4 秒，显示 30 条搜索结果的页面载入需要 0.9 秒，结果后者使得 Google 总的流量和收入减少了 20%。Google 地图刚上线的时候，首页大小有 100KB，后来下降到 70KB~80KB。结果，流量在第一个星期上升了 10%，接下来的 3 个星期又再上升了 25%。

Amazon 的统计也显示了相近的结果，首页打开时间每增加 100 毫秒，网站销售量会减少 1%。

缓慢的打开速度会让用户忘了下一步要干什么，不得不重新回忆，这会进一步恶化用户的使用体验。

根据一些抽样调查，访问者倾向于认为，打开速度较快的网站质量更高，更可信，也更有趣。相对应的，网页打开速度越慢，访问者的心理挫折感就越强，就会对网站的可信性和质量产生怀疑。在这种情况下，用户会觉得网站的后台可能出现了一些错误，因为在很长一段时间内，他没有得到任何提示。

网站如此，游戏同样！如果一款游戏的动画播放不够流畅，或者是切换场景的时候 Loading 时间过长，都会导致玩家因不耐烦而流失。

此外，需要注意的一点是，在不同情境下，用户的耐心是不一样的。我们在麦当劳排队，如果超过 3 分钟还轮不到我们，我们通常会非常不耐烦。但是，如果我们坐在米其林三星的高档西餐厅中，听着舒缓的钢琴曲，就算等上一个小时，也不会不耐烦。游戏也是同样，例如网页游戏，大多数网页游戏的第一次加载时间有多长，你开发的游戏就要做多长，不要比别人更长，也不需要比别人短太多，这样才会比较符合玩家的心理预期。

5.3 为小白服务

无论是玩游戏还是做游戏，或者是上网，时间长了，总会生出一些优越感来，说着新人听不懂的术语或者典故，做出一种千帆过尽、看破红尘的表情藐视着那些小白们。

我们是骨灰，我们是老鸟，我们犹记得当年瀛海威和四通立方的繁盛，我们最初的网络群体事件，是为了朱令寻找铊中毒的解药，而不是为了贾君鹏的寂寞。我们坐在高消费的网络咖啡屋，用 64Kb 的猫，优雅地打开邮箱——连一封垃圾邮件也没有……

那个时代过去了，如果说网络世界是一次创世，我们几乎将要成为后羿与共工，我们是女娲亲手捏出的人儿，怎么能明白用杨枝甩出的泥点儿变成的人儿在想什么。我们是伴随互联网成长起来的，看着它从黑白变成彩色，从哑哑走向有声，从 2D 化为 3D，从幼芽变成参天的世界树，所以我们不会沉迷，因为这个世界就是在我们的观照下慢慢成形的，就好像光屁股的玩伴成了领袖，我们也只是唤他一声刘三而已，很难生出偶像崇拜的心情。

但是小白不是，小白一睁眼，一开机，眼前就是一个包罗万象、恣肆奔流的网络花花世界，比他们日常所能接触到的世界更广大，更深邃，更光怪陆离，小白们怎能不惊叹，不沉迷？互联网所提供的，远远超出了小白们所期许的，因此他们的想象力被调动了起来，在他们眼中，没有什么不可能，而我们呢？千帆过尽，无论互联网出现了什么新东西，我们总能在 2000 年的泡沫中捞到一点残骸，来证明，这并不新鲜，我们以淡定宣示我们老鸟的身份，而小白们的欢呼雀跃，正是我们身份的注脚。

但是我们是老 IT，我们霸占了互联网生产者的大部分位置，我们提供的东西，我们喜欢，但是并不一定合小白的口味。作为后来者的小白，则会惊疑不定的，认为这就是互联网的社会规范和公序良俗，而不敢越雷池一步。我们是冰川的表层，坚硬、冷漠、固执，小白们是冰川的下层，可塑、柔软、流动，并蕴含足以使山崩地裂的巨大的能量。我们固守着我们的经验值，不肯改变，而小白们越来越庞大，越来越有力量，必将冲破我们的藩篱，而释放出足以毁天灭地的巨大力量。

游戏何尝不是如此？1998 年我在前导软件，陪总经理边晓春去 CCTV 谈《太平天国》电视剧授权的时候，自诩前卫的台领导说：游戏？魂斗罗嘛，我也玩过一下的！数年前，我的大学女同学说：你做的游戏就是类似魔兽那种吧？铜须门那个男学生和少妇 OOX？前几日，飞机邻座的浙商怪叔叔说：游戏？

不就是偷菜嘛，投资不大的，我也想投资做一个。

日出日落，时代在变，而永恒不变的，是小白纯白如纸的脑和澄净如水的眼睛。而我们这些骨灰，依然宅着在玩游戏，混不觉经验值已经冲破上限。我总是告诫后辈，做游戏，把难度降下来，腰斩，腰斩，再腰斩……一直腰斩到你痛不欲生，死去活来，也许才刚刚好是小白掂起脚尖的难度。

网民的增长，就是小白的增长，玩家的增长，也是小白的增长！看看那些拿着 iPad 的小学生，看看那些玩着手机的老人家，看看那些左手孩子右手剑一边喂奶一边玩网络游戏的家庭主妇……未来的用户主体，就是小白！小白忠诚，小白好哄，小白说花钱就花钱，他们没有经历过互联网的原始社会，他们乐天知命，活在当下，一如我们所有人——现实社会中的 P 民。

明日之互联网，没有卧龙，没有凤雏，得小白者得天下，那些在骨灰的红海中厮杀的骨灰们，必将淹没在小白的冰川洪流中，永远沉寂。

5.4 别让游戏玩人

当你将每天打开计算机当成和吃饭睡觉一样的生活必需的时候，有没有想到，这世界上还有很多人患有“计算机恐惧症”。他们或者不愿意使用计算机，或者不能自如地进行操作，总之，他们被这种机器伤害过，且很难痊愈。很少有人惧怕洗衣机或者微波炉，可以推断，伤害这些人脆弱心灵的应该不是计算机这个硬件，因为计算机应该不会把他们电到穿越，或者把他们的孩子甩干。可以想见，把他们深深伤害了的，是软件。当然，游戏软件也是罪犯之一。

玩游戏的人想要娱乐和放松，开发游戏的人想要赚钱，这两点并不矛盾，可是总有一些开发者认为玩家都是受虐狂，只有让他们痛苦、挫折、愤怒，他们才能上瘾，因此就产生了不同类型的虐待，通俗地说，就是游戏把玩家玩了。

5.4.1 语言凌虐系的 SM 女王

语言凌虐系的 SM 女王，这一流派的开山鼻祖是微软御姐，而当微软开始迷途知返的时候，广大游戏毅然扛起语言凌虐的大旗，将玩家蹂躏到底。所谓语言凌虐，就是大量无意义的人机交互，游戏永远是对的，玩家不能犯错，一旦犯错，游戏就摧毁玩家之前的努力，并用或恶毒、或高深的语言嘲讽玩家，让玩家感受到自己的无能和弱智。

有这么一个游戏，纯属虚构。

你扮演三国时期的君主刘备，手下有良将雄兵，准备攻打麦城。首先下令诸葛亮领兵，点齐五虎上将，而后带上十万人马，百万金钱，千万粮草，准备出发！游戏非常之体贴，你的每项选择都会弹出界面询问“确定吗？是/否”，你一路选“是”下来，最后还要弹出界面，综合显示你选择的元帅、将军、人马、金钱、粮草，最下面依然再度询问“确定吗？是/否”，体贴得没话说。这时，你突然发现将领数量不够，便选择了“否”。如同多米诺骨牌的崩塌，一切回到原点，诸葛亮和五虎上将归位到你拥有的数百名臣子当中，且按照姓氏笔画排列，你要下拉到手酸才能把他们一一挑出，人马、金钱、粮草，当然也要重新选择，还有麦城，虽然还在原来的位置，但摄像机已经回到了你的都城成都，你还要将大地图卷卷卷到麦城。当然，在这个过程中，我们的 SM 女王依旧面带笑容地询问你“确定吗？是/否”。此时，你几乎可以听到开发人员掩着嘴巴的狂笑：“哦——哈哈哈哈！”

做过三明治吧？洋葱、青椒、番茄、黄瓜、火腿整整齐齐排列好，想要什么，就放什么，太多了，就拿出去一点，全部配好料，完全满意的时候，就放到微波炉里加热。先放黄瓜或者青椒随你的便，先要把多余的番茄拿出去还是先加上洋葱也没有一定之规，脑子里也不会有天使或者恶魔在问自己“确定吗？是/否”，这才是人性化！但是看看我们的游戏，都做了什么？

所谓人性化的界面，就是应该将流程精简到极简单，玩家不需要做任何多余的操作，但在大局未定之前，又能随时改变主意，不需要付出任何代价。电脑不会像为了证明自己重要一样，不停地让你做无意义的选择，它会尊重你的决定，同时也给你最大的更改自由。

像很多友好的网络游戏仓库界面那样，只要选择了仓库，你的背包和仓库的大门会同时打开，玩家可以同时完成存取物品和金钱，只要在两个栏之间拖动物品，可以一次拖动几个，也可一次拖动很多甚至统统拖动过去，如果要存（取）钱的话，只要输入数量即可，一切都确定之后，点一下确定，所有的指令就都被执行了，简单，直观，没有所谓步骤的束缚，在点击最后一个确定之前随时可以改变主意。

5.4.2 虐待动物的疯狂医生

还有一类虐待狂，好像医生在对待试验用的小白鼠，把它放在一个木板迷宫中，在出口放个奶酪，玩几天，然后将奶酪换成石头，看小白鼠撞得头破血流，得意狂叫“就是我！动了你的奶酪，哇咔咔咔……”

看到上面的场景，有没有觉得熟悉呢？游戏里的某个按钮或选单，看上去

和其他的没有任何不同，但点上去则是——“这里不是你该来的地方”、“你不能使用某某”、“操作无效”等不知所谓的话。你委屈万分，暗想如果不能点的话，按钮或文字应该变一变色啊，或者鼠标悬停之后没有反应，甚至点过之后出一个类似放屁的音效也好啊。哈哈！这就是这一流派的特色，不告诉你可以做什么、不可以做什么，不告诉你奶酪已经换成石头，看你没头苍蝇一样乱撞，就是这种游戏的精髓所在。

玩过 DOS 版《仙剑奇侠传》的人，应该对把五个灵珠放到五个位置上的情节记忆犹新吧，不知道花了多少时间呢！在没有任何分类的道具栏里，所有的东西按照获得先后次序堆放在一起，像灵珠这么特殊的物品也没有特殊的颜色或底色指示，一个一个地找来找去，足足要花上好几分钟，猫捉老鼠似的把玩家愚弄个够。给道具分个类其实很简单，哪怕单单把剧情道具分出来也好。可有些设计者就是漠视玩家的正当需求，就是不这么做！

正常的道具栏应该是怎样的呢？装备和物品分开成两页，全部都是用图标表现。不同类型或登记的装备和物品以不同颜色识别，玩家即使只用眼睛的余光扫一下也可分辨。角色不能装备的武器和防具是灰色的，一眼就能辨认。物品有详细分类，每个物品都有自己固定的位置，玩过一阵子的玩家，即使闭上眼睛都能操作无误。

在很多手机游戏中，还有更贴心的设计，例如选择操作，在没有选择选择支之前，确定和取消按钮根本就不会出现，当我们选择了一个选择支，确定和取消按钮才显现，这样可以避免误操作，也为玩家的每一个操作建立起明确的呼应。这样的设计并非只有低龄玩家需要，很多成人同样希望玩游戏的过程能够轻松再轻松，简单再简单。

5.4.3 天威难测的黑暗暴君

无论是开发商，还是运营商，理应为玩家服务，但很多开发商和运营商却有严重的官老爷思想，以为自己是制定规则的造物神，不按照自己的规则行事，玩家就要受到惩罚或嘲弄。如果这个规则是游戏业约定俗成的规则也罢了，反正玩家被虐啊虐啊的也习惯了，关键是有些厂商喜欢自己另搞一套。

踩地雷是传统角色扮演游戏常见的遇敌方式，本来就很令人厌烦，可有的厂商还要让玩家厌上加厌，把本来是依附在地块上的，或者是根据步数随机的怪物，改成了按照时间随机，结果就是玩家即使站着不动，也会每隔几十秒遇敌。

还有某些网络游戏，反复斟酌新建了一个人物，可系统总是提示使用了非法人物名称，咦？明明就是自己身份证上的名字，公安局还没说什么呢，怎么

就非法了？用搜索引擎一搜才恍然大悟，原来自己这名字和运营商大老板相恋十年的女友同名，就因为这，也弄成过滤词了。

其实每个游戏都有其独特的设计，只不过有些设计为玩家所称道，而有些设计为玩家所不认同。玩家不认同的设计也有很多种，有些是设计失误，有些是技术限制，有些则是故意为之。作为设计者，应该具有同理心，设身处地为玩家着想，己所不欲，勿施于人。对于每个设计，都要反复论证，逻辑是否合理，操作是否便利，是否符合玩家的心理习惯和业界惯例等。甚至还要考虑文化差异和社会心理，以及游戏整体世界观和题材的契合。譬如在《模拟人生》当中出现如厕场面，看上去没有什么不正常，但如果出现在武侠游戏当中，就会让人感觉不快。“开发人员的恶趣味”不是一个很好的理由，所谓的“复活节彩蛋”也要适时、适量。

设置规则，要严密可行。譬如游戏中如果可以杀光 NPC，那么主线情节就不应依赖 NPC 传递，让玩家陷入一个死结，情节无法继续下去。总要有个理由规避这些，即使 NPC 又莫名其妙地复活了，也比游戏无法继续要好得多。

5.4.4 蛮不讲理的小恶魔

小恶魔的典型特征是无害，但是会制造一些小麻烦。当你需要某个东西的时候，它会被藏得很深，让你找不到；而你不需要资讯，则会反复在你眼前出现，而且还非常详细。有感觉了吧？几乎所有的游戏都或多或少隐藏着一些小恶魔。

玩电视游戏的时候，大多数玩家都曾经遇到过不知道如何存盘的尴尬，某些设计者就喜欢在存盘方式上发挥无限创意，使用磁盘或者钥匙还比较容易理解，可是给妈妈打电话（游戏《妈妈》的存盘方式）或者将小猫放在老奶奶的膝盖上（游戏《公主的王冠》存盘方式）似乎和存盘风马牛不相及。尤其很多续作，把前作本来已经很变态的存盘方式深入发挥，让第一次接触这一系列的玩家“丈二和尚摸不到头脑”。

还有很多网络游戏，把加血、打坐、组队这些常用功能的按钮隐藏在界面深处，让玩家先在界面上玩个“大家来找碴儿”，或者充分利用网络游戏的优势，四处询问其他玩家才能找到它们。更有甚者，游戏的默认主界面上没有聊天输入框，只有点击键盘上的一个键才能打开，这下连问别的玩家都问不了了，真让人欲哭无泪，无语问天。更有一些游戏，界面设计得更像财务软件，一个表格套一个表格，一个菜单接一个菜单，窗口开了一个又一个，总要开到好几层，才能看到最具体的信息，界面上又是饼图，又是折线，弄得跟财务年报似的，

让玩家累上加累。

还有很多所谓“体贴”的设计，将玩家当成白痴，一遍一遍反复提醒玩家怎样走路，怎样发招，怎样拣东西，平心而论，这样的设计很体贴，但是如果一个玩家已经在这款游戏中浸淫了三个月，还是会不断看到这些信息，那么这些信息对他已经毫无用处，而且成为干扰。

每个设计者心中都存在小恶魔，喜欢在一些细节上随性设计，必须时时警惕这种倾向的出现。要达到“增一分则长，减一分则短”的理想境界不是件容易的事情，但至少要以此为目标。给玩家最需要的信息，将不太重要的隐藏起来，但是要让玩家需要的时候能够找到。这一点 Windows 就很值得借鉴，虽然它有过于冗余庞大的弊病，但是用户已经习惯了它的模式和方法，只要按照它的思路做设计，用户就会觉得亲切，并且可以自然而然地熟悉和掌握。因此，当不知道怎么处理界面元素的时候，“微软咋办咱咋办”是个不用动脑子且效果还不错的选择，至少可以及格，玩家也挑不出什么毛病来。当然，这个策略到了手机上，也是一样的“OS 咋办咱咋办”！

图标是一柄双刃剑，相对于文字，它很容易辨认，直观且美观，最重要的是，没有语言障碍，在变换语言版本的时候不需要做改动。但是，图标的代表意义不明确，有一定的学习门槛，在不同文化之间流通的时候，有可能产生歧义，甚至触犯某些民族的禁忌。图标的设计难度很高，但好的设计能够成为经典，影响一代游戏。优秀的图标没有脚，却能走进全世界所有人心中，低劣的图标没有恶意，却能让人一头雾水甚至勃然大怒。

对于单机游戏，保证一定的游戏时间是必要的，虽然大家习惯于花几十块钱看一场 2 小时的电影，但是却不甘心花同样的钱玩同样时间的游戏，即使 20 小时的游戏内容，也还有人嫌短，在这种情况下，只能用迷宫、战斗、谜题去填满。枯燥是难免的，但有趣的设计可以在一定程度上削弱枯燥，这些都是游戏的必要，只要在一定的限度之内，并且赋予一定的乐趣，算不上是虐待玩家。但冗长而重复没有新意的迷宫，过于频繁地踩地雷战斗，和电视剧一样长篇累牍的剧情对白，便有点玩弄玩家的嫌疑了。

对于网络游戏来说，玩家玩游戏的时间就是金钱，当然是玩家在游戏中花的时间越多越好。于是乎，必要的游戏功能也要收费或限制使用，到处充斥着毫无意义但又浪费时间的任务，强迫做简单重复的机械行为等，凌虐玩家更是花样百出，已经成为一种习惯。但无论如何，请了解玩家玩游戏的目的是获得娱乐和放松，在让玩家付出精力和体力的同时，最好也能让玩家在情感上、文化上获得一点滋润。

5.5 游戏性迷思

“游戏性”是某些玩家和游戏开发者经常挂在嘴边的术语之一。其实，很多人并不真正了解游戏性，也不能给游戏性下一个准确的定义。而游戏性又是评价一个游戏好坏的最基本的标准，大家连标准是什么都没有弄清楚，都没有取得一致，你用你的尺子，我用我的天平，难免就会乱套。

那么，就让我们一起分析一下什么叫游戏性吧！

5.5.1 从人性说开去

我们每个人都是人，都有人性，那么人性是什么呢？

人性是人的固有属性，和动物属性不一样的特性，也就是人的社会属性。

字典上写道：人性是指在一定的社会制度和历史条件下形成的人的品性。

在哲学上最永恒的争论，恐怕就是人性本善，还是人性本恶了。当大家为人性的善恶标签争论不休的时候，却忘了给人性一个度量标准：我们很少说这个人有比较多的人性，或者说某人人性比较少，我们只会在辱骂一个人的时候，说他没有人性。人性是很对应二分法的，非善即恶，非有即无。

对比游戏性，当然顾名思义，游戏性是游戏的固有属性，是游戏不同于其他 IT 产品或者娱乐行为的属性，是游戏的本质和核心。应该没错吧？

游戏性应该是特指电子游戏的，很少听说有人比较足球和篮球的游戏性，也没有人声称钓鱼的游戏性高过攀岩。孩子们在选择到底是要玩跳皮筋还是捉迷藏的时候，似乎只是根据人员、设备、环境和气氛，并不是只玩游戏性比较高的那一个。

说到有没有游戏性的问题，就没有人性那么黑白分明了，当我们说一个游戏“根本没有游戏性”的时候，通常要表达的意思是“这个游戏太烂了”，而不是经过鉴定发现它的内部完全不存在游戏性这种东西。因此，我们可以假定，任何游戏都有游戏性，只不过游戏性有多少、高低的划分。且通常游戏性高的游戏，大体上可以属于好游戏，而游戏性低的游戏，则不怎么好。如同金饰品的含金量，游戏性是评价一个游戏好坏的关键标准之一。

如同太极生两仪，游戏性也派生了两个分支，那就是“可玩性”和“耐玩性”。可玩性指的就是这个游戏能够吸引人来玩的特性；而耐玩性则是这个游戏能够吸引人长久玩下去的特性。用恋爱来比喻的话，可玩性是一见钟情，耐玩性是堕入情网。对于一个没有什么天赋也没有鬼怪附身的普通孩子来说，通常

象棋比围棋具有更多可玩性，象棋看上去比围棋有趣，且容易学习。但围棋无疑比象棋更具有耐玩性，我们周围的人大多数都会下象棋，但是经常下象棋的人比例则不多，而我们周围少数一些会下围棋的人，则多半终身保持着这个爱好。

1. 可玩性

游戏可玩性的产生，多半伴随着以下特征：

- 画面的美观精致。不论是什么风格的游戏，写实或者 Q 版，唯美或者怪异，玩家总是要求画面在一定水准之上。成熟统一的美术风格，精致而完整的画面表现，是吸引玩家的第一要素。
- 容易上手。在游戏的一开始，玩家应该很容易弄清楚游戏应该怎么玩，过于复杂的游戏会让玩家产生更多挫折感，进而放弃这个游戏。
- 流畅。这是游戏基本品质问题，一个合格的游戏应该能稳定流畅地运行，不会卡，也不会经常掉线，且没有明显而重大 BUG。
- 丰富的游戏体验。玩家在游戏之初，就应该得到相对丰富的游戏体验，从而吸引玩家，以便使玩家产生想象空间，玩家也因此获得继续游戏的动力。
- 其他还有诸如操作的便捷、角色的亲和、情节的动人等，都是可玩性诞生的土壤。

2. 耐玩性

和游戏耐玩性相关的因素，包含以下方面。

- 合理的难度：既不会太简单到无趣，也不会难到无法进行。当然玩家个人能力不同，对甲玩家来说比较难的游戏，对乙玩家来说则很简单。最好的设计就是让高手不觉得过于简单，而低手则可以在挫折中学习成长。
- 良好的平衡性：这一点似乎不用过多解释了……游戏数值的平衡，就像一个人身体指标处于正常范围内一样，是个至关重要的事情。人的生化指标出了问题，人就会生病。而游戏的数值不平衡，同样，这个游戏便有了病，谁会想要长期玩一个有病的游戏呢？
- 深度和广度：游戏具有丰富的内涵和精致的细节，看起来似乎没有太大必要，可这却是产生耐玩性的源泉。一款能够让人再三回味和不断挖掘的游戏才是值得一玩再玩的。
- 有关耐玩性，还有诸如玩法的多样、系统之间的关联等方面。这些因素

共同作用，就构成了游戏的耐玩性。

到了这个阶段，游戏性还是一个抽象的概念，下面我们就看看两仪如何生四象，四象如何生八卦吧！

5.5.2 盒子里的糖球

我们把复杂的游戏抽象一下：这里有四个盒子，玩家可以打开它。

A 游戏：玩家每打开一个盒子，可以获得一个糖球，每个盒子里的糖球味道不同，玩家可以先打开任意一个盒子，可以按照任意次序打来所有的盒子，全部盒子都打开以后，游戏就结束了。

B 游戏：玩家只能先打开第三个盒子，第三个盒子里面是个谜语，按照谜语的指示，玩家破坏第一个盒子机关，可以打开第一个盒子，第一个盒子里面有个钥匙，玩家可以在任意时候打开第四个盒子，如果在打开第一个盒子之后打开第四个盒子，那么玩家会平安获得另一个钥匙，如果在打开第一个盒子之前打开第四个盒子，则会被怪笑着的弹簧拳套打一下，也能获得钥匙，当然，在第四个盒子上有明确的提示，告诉玩家正确的顺序。之后，玩家要按照钥匙的说明，打开第二个盒子，得到盒子里面唯一的糖球，如果不按照顺序做，则盒子会喷出烟雾，还有刺鼻的气味，且不能被打开。

两个游戏哪一个更具有游戏性呢？通常我们会认为是后一个。那么根据这个案例，我们分析一下游戏性和哪些因素有关。

1. 自由度

表面看起来，A 游戏自由度更高，因为玩家可以任意选择先打开哪一个盒子，但事实真的是这样吗？其实，在每一个环节中，A、B 游戏所面对的可选择路径的数量是一样的，但在 A 游戏中，玩家的任意一次选择都是成功的，且结果没有本质不同，不会经历失败——再选择的过程，因此，虽然它看上去自由度较高，但是由于无论怎么选择，结果和过程都相同，反而是自由度较低。而在 B 游戏的每一个环节中，玩家面临多种选择，且不同的选择有多种结果，有时是失败——再选择，有时则是惩罚——成功，有时则是惩罚——失败——再选择，因此，自由度更高。

所以说，自由度和游戏性有着基本的正相关性，但这种相关只存在于游戏类型和游戏玩法相近的情况下。玩法有显著不同的游戏，则很难达成这种相关。例如俄罗斯方块和角色扮演游戏去比较，它们的自由度差异并不代表游戏性高低。但是，我们也应该看到，过高的自由度会产生更多的失败或惩罚，挫伤玩

家的热情，进而降低游戏性。准确的说法则是，在一定自由度的范围内，同类游戏，自由度和游戏性正相关。

2. 策略性

A 游戏几乎没有任何策略性，只是简单地打开盒子。而 B 游戏则充满了策略性，玩家要考虑先打开哪个盒子，要解开机关，要看清楚提示和说明，在有些环节，还需要一点运气。那么，策略性越高游戏性越高成立吗？

游戏之所以有趣，是因为设立了一些障碍要玩家挑战，玩家通过思维力和反应力，战胜了这些障碍，完成挑战，就产生了成就感。而策略挑战，则是游戏中挑战的一大类（另一类就是动作挑战），是成就感源泉之一。在合理的难度范围内，策略性越高，则游戏性越高。但当策略性的难度超出了一般玩家愿意为休闲付出脑力的范畴，则游戏性会随着策略性而降低，例子是显而易见的，游戏中如果存在数学性谜题，多数不超过两位数的加减乘除，乘方和开方以及更复杂的运算几乎从不出现。

3. 临场感

在 A 游戏中，只有糖球这种奖励和盒子打开这种动作，此外没有其他效果。而在 B 游戏中，有弹出的拳套、机关、谜语、钥匙、烟雾、气味、怪笑等多种体验，形成了完整的临场感，虽然最终的奖励比 A 游戏少，但游戏性却比 A 游戏更高。游戏的发展史也能证明这一点，早期的游戏只有粗糙的单色画面和文字，而现在的 3D 游戏，有着逼真的人物造型和美轮美奂的光影效果。次世代主机的世代交替，升级再升级的电脑，从功能手机到智能手机……无不是为追求真实的临场感铺路，无数的开发者，也不断在技术上突破极限，试图开发出更加真实的画面效果。这么多人的不懈追求，难道不是对临场感能够促进游戏性的肯定吗？

但是，我们常常听到这样的评价：“某某游戏的第 N 代虽然画面更好看了，但是游戏性不如以前了！”可见，临场感只是游戏性的一个方面，XBOX360 上的游戏，声光效果十足，但是未必一定比 NDS 游戏更有游戏性。但作为同一种玩法，且玩法更强调对现实的模拟的游戏，譬如射击游戏这样的类型，则高临场感的游戏，通常比低临场感的游戏具有更高游戏性。

4. 节奏感

A 游戏的节奏感是平凡刻板的，甚至可以说并没有节奏。如同敲击了四下木鱼而已。而 B 游戏则不然，有抑扬顿挫，让玩家有惊有险，有喜有乐，甚至有绕梁三日的回味，应该说是一首不错的曲子吧！

这种节奏是调动玩家投入感的最好武器。一个从一开始就知道结局、中间没有任何变化的故事是寡淡无味的，而意料之外，情理之中，柳暗花明又一村则更能引起人们的共鸣。很多游戏，看起来系统差不多，画面也在同一水准，但就是一个好玩，另一个不好玩，归根结底，是节奏感的不同，这在网络游戏上体现得最为明显。

精品巨作游戏的最大好处，也就在于节奏感的出色，譬如《勇者斗恶龙》系列，它的画面远远比不上《最终幻想》系列，但在知名度和销量上，两者是比肩的，而从游戏性层面，多数评价甚至倾向于前者高过后者，原因无他，只是《勇者斗恶龙》在节奏感上更为出色。

此外，奖励和惩罚的比例、间隔和强度配置，也是节奏感的重要组成部分。有些游戏很难，但良好的节奏能让玩家产生屡败屡战的动力，而有些游戏很简单，但节奏感的平淡令玩家觉得索然无味。

5.5.3 回归感性

常常听到玩家对游戏性的争论，你觉得这个游戏游戏性很高，可我觉得不怎样。或者一个国家的人觉得这个游戏游戏性很高，到了另外一个国家，则玩家认为其游戏性低到不值得讨论。也有业内人士众口一词，说某游戏游戏性高到可怕，可玩家对此就是毫无兴趣。

通常，玩家评价一个游戏的好坏，并不使用“游戏性”这个词，多数则是这样说的：

“这个游戏实在是太好玩了！”

“真是超级有趣的游戏，笑死我了！”

“我迷上它了，已经有半年多，我没有碰过其他游戏了！”（通常也没碰过书本，也没有社交，主流媒体称之为“沉迷”）

“这是令我最感动和回味的游戏！”

“还是最怀念这个系列游戏的第一代啊……”

按照我们之前的推论：游戏性是游戏的固有属性，那么它应该是客观的。游戏性是评价游戏好坏的关键标准，那么它也应该是客观的。可现实是——游戏性已经被内化在玩家头脑中，成为一种体验的结果。

类比一下：美丽是女子的固有属性，也是评价女子好坏的标准之一，但每个人眼中的美女是不同的，有环肥燕瘦，有情人眼里出西施。但不管怎样，每个时代，总有放之四海皆准的一些美女出现，同样，也总有一些众口一词的高游戏性游戏出现吧！

游戏的本质是娱乐，玩家需要的游戏，是能够带来快乐的游戏，无论有趣也好、感动也好、刺激也好，能让玩家投入感情，并且获得愉悦的游戏，就是富有游戏性的游戏。

5.6 好游戏的 *N* 个评判标准

前面说了那么多好游戏的方方面面，可能在有些人看来是破碎的，不够系统的。用一句流行的话来说，就是没有可操作性，太虚。我知道大家都喜欢那种铁口直断，作为一句口号，可以写入 PPT 的东西，类似“一生必须要去的 50 个地方”、“女人必读的 100 本书”之类的。于是，那我也就不能免俗地这么写上一段吧！

5.6.1 叫好又叫座

什么是好游戏？入行十多年了，还是常常会被人问到这个问题，还是要费很多唇舌解释。

游戏好不好，市场说了算，用户说了算。叫好又叫座，就是好游戏，单纯只是叫好，或者叫座，其实也能算是好游戏。毕竟，好游戏确实不多。

销量高，利润高，用户数量多，市场份额大，这样的游戏，就算你骂破嘴，它还是好游戏，至少有人肯出钱玩。这就是叫座。

而大多数玩家都认为它不错，这样的游戏自然也是好游戏；或者只有一部分玩家将它奉为“神作”，自动自发成为它的“教徒”，到处宣扬它的好，不容许任何人说它坏，它也算好游戏。这就是 90% 玩家 10% 满意和 10% 的玩家 90% 满意，这已经足够好了，没有一个作品能做到 100% 的玩家 100% 满意。

也许很多人觉得叫好与叫座的标准太虚，是事后诸葛亮，是盖棺论定，他们希望在某个游戏尚未经过市场检验之前就能判断出它是不是好游戏。关于这一点，我可以举出画面、系统、技术、内容、平衡等多方面的标准，可是，满足这些标准的游戏并不一定是好游戏，它可能是个赔钱货，更可能被骂得很惨，甚至悲哀到玩家根本就无视它的存在。但是不满足这些标准，成功的可能性就更低。

5.6.2 灰姑娘的水晶鞋

灰姑娘是个好女孩，漂亮，有气质，估计德容言功一样都不差。但如果她

没有华丽马车，没有漂亮的衣服和那双水晶鞋，如果王子看到的是一个在灰尘中拣豆子的破衣女孩，估计连扫都不会扫她一眼，完全无视她的存在。她根本没有机会让王子爱上她。一个好游戏就好比灰姑娘，它需要一点神仙魔法让她光彩照人，它需要一个机会，让它在用户面前闪亮登场。如果没有这些，她再天生丽质难自弃，也无法一朝选在君王侧。

所以说，画面、系统、技术、内容、平衡等，只是一个好游戏的基础而已，要想让这样一个有基础的游戏，成为真正的好游戏，还需要在包装、宣传、推广、造势、运营等环节下工夫。好游戏不仅仅是游戏本身好，它还需要在恰当的时间，以恰当的方式出现在用户面前，还需要不断从外部强化它的好。每个有希望成为好游戏的游戏，都应该准备一双合脚的水晶鞋才是！

当然，没有好游戏的基本素质也是不行的，就像灰姑娘的两个姐姐，身材、气质、相貌没有一样能拿得出手，就算穿上漂亮衣服参加舞会，也得不到王子的爱。

5.6.3 评奖的含金量

这位看官说了，好游戏的标准，可以参考好电影的标准嘛！不错！他山之石，可以攻玉。那么好电影的标准有哪些呢？

首先肯定是看票房榜。美国有，每周都在更新，挺可信的。中国游戏行业也有，看看就行，有一个词叫“打榜”，大家一定知道这是怎么回事……其实排行榜就是前面说的“叫座”，赚钱才是硬道理。

对应国内的游戏市场，可真很难找到特别客观的榜单。别说国内的榜单了，就是苹果的 App Store，还不是被中国的手机游戏公司刷得不亦乐乎？免费榜排名前列的游戏，十个有九个是靠打榜打上去的……

说到叫座的问题，单机游戏当然看销量。厂商自己吹，卖 5 万套的说 10 万套还算厚道，销量后面加一个零的我也见过，至于把出货量说成是销量更是很常见的伎俩……这种潜规则只要是稍微资深一些的业内人士都很了解，大家都心知肚明，玩家嘛，上当就在所难免了。

网络游戏更是不得了，一个在线人数，能翻出无数花样来，历史时期最高在线人数，当月最高在线人数都是可以拿出来当平均在线人数讲的。网页游戏的开服数量，当然也是花头多多，常见的“滚服”手法已经是业界惯例，就是开一个新服，合并两个旧服，这样服务器的编号成百上千，但实际上总数量根本没变。到了手游这里，更是花样百出。要次日留存率对吗？我夜里 11 点 55 开服，过了 0 点就是次日，留存率自然逼近 100%，要付费率吗？那更简单，

不导用户进去，玩家当中一多半都是自己员工，每人都充点值，付费率突破 50% 轻而易举。

判断电影好坏，还有一个标准就是国际大奖，这国际大奖含金量也有三六九等之分，有些是纯艺术的，有些是偏商业的，有些纯属业内意淫，花花轿子人抬人，想要分辨清楚，也不是我等普通观众能看透的。得了奖的电影，未必好，更未必叫座，票房只有几千一万的并不少见。这大奖也只能是个参考值。

游戏行业也有很多奖项，国内游戏业各种奖项的评选大抵是从 2002 年开始的，第一年的时候，还算干净，多数评奖不要钱，先不管客观不客观，真的在评奖，刷票的现象也不多。少数几个要钱的，也是犹抱琵琶半遮面，扭扭捏捏地要点工本费。可惜呀！也就纯洁了那么一年而已，现在的各种奖项，有些已经是明码标价了……至于煽动玩家刷票的现象，更是屡见不鲜。常常会出现“最具影响力人物奖”这种奖项，不足 100 人小公司的总经理排在马化腾上面的奇葩现象。当然，不排除也有一些依然纯洁的奖项，譬如我作为评委的“中国优秀游戏制作人评选大赛”是一个由专家评审团评议的奖项，流程、表格都比较客观，至少不存在拿钱买奖或者刷票打榜的现象。

基本上而言，看评奖，也看不出什么头绪来。

5.6.4 让时间说话

《埃及艳后》是好莱坞电影史上投资最大同时也赔得最惨的一部古装巨制，差点让二十世纪福克斯公司倒闭关门。貌似不是个好电影，但是它获得了多项奥斯卡奖项，而且，在此后的数十年中，它如陈酿一般，越来越受到更多人的关注和推崇。尤其在数码特效泛滥的今天，它的真实与宏大，已经让它成为空前绝后的经典。

中国的《大话西游》也是如此，刚刚上映之时，两岸的票房几乎无法收回成本，但仅仅两年之后，它一跃成为经典，它的经典台词，几乎做到了尽人皆知。

好游戏以这个标准评价，似乎也有点不靠谱，世嘉的游戏主机 Dreamcast（简称 DC）已死，又没有特别好的模拟器，它上面就算有无数好游戏，也只能陪它殉葬了……PC 上也是，很多老游戏，已经很难在主流的机型上或操作系统上运行了……但是，至少有一点可以参考，那就是，一款游戏刚推出的时候，有多少骂声都没关系，要看看过三五年后，有多少怀念的声音。一个游戏的好，不仅仅在于它本身的好，它身后的那些游戏的不好，是可以把它推向“神作”的顶峰的。

5.6.5 和绘画艺术相比

同样是艺术，游戏和电影艺术的相似点更多一些，和绘画艺术相比，由于商业模式的不同，差异则更为明显。

游戏的价值在于用户数量，而绘画是蝎子拉屎独一份儿，它的价值在于拍卖价格和升值潜力。绘画的价值跟绘画的水平、业界的评价和画家的产量有很大关系，其中绘画的水平并不是最重要的因素，我不敢说那些收藏得起名画的人都不懂艺术，但我敢说他们更懂投资。因此，对于绘画的好坏，他们并不是足够自信的，评论家的话才更有参考价值，或者说，整个圈子的群体评价才更有价值。至于产量，画家一死，作品就升值，这已经是不争的事实，因为已经不会有新产品问世了。收藏，稀缺性是关键。画家死的年头越长，作品就越值钱。

譬如说，某个人，就说我吧，玩 WII（任天堂出品的游戏主机，手柄有指向定位及动作感应功能，很多时候需要晃动手臂进行操作）的时候，将毛笔绑在手柄上涂鸦了一幅画，然后我买通世界上最著名绘画大师和评论家夸我，不用多，三个人足够，然后我再假装不幸去世，然后找媒体炒作一下，再找个好一点的拍卖行帮我吆喝，我估计我的这画卖个几十万美元问题不大。

所以说，绘画作品跟游戏根本没有可比性。虽然游戏业年轻，但也有几个著名制作人英年早逝，却没听说他们死后，他们的作品又开始了新一轮热卖，甚至玩家的追思悼念都不多，更没有出现他们的作品作为收藏品升值的状况了。还不如陈晓旭，身故之后，各大电视台还会重播《红楼梦》。

我不认为只要学过画就能评价画的好坏，我也学过画，但是我评价不出塞尚的作品哪一幅更好些，我觉得都不错。骨灰级玩家估计都玩过 MUD（早期的文字版网络游戏），我好比是 MUD 中的菜鸟，10 级、100 级和 900 级的牛人，在我眼里都“深不可测”，我分不出他们哪个更好，相差多少。但是评价游戏貌似并没有这么高的门槛，每个玩家都可以说三道四一番。但是，两者相同的地方在于，用户的评价都很容易受到所谓权威评价的影响，在这一点上，两者是相似的。

5.6.6 专家的判断

为什么大家都希望能够提前判断出什么是好游戏？因为开发商希望从提案阶段就能判断一个游戏好不好，以决定是否投入人、财、物去开发。而运营商或代理商希望从浩如烟海的游戏，选择出能赚钱的好游戏，最好还很便宜。而投资商，则更是要从项目前期做出准确的判断，以便做出正确的投资决策判断。

产业也发展了这么些年了，各家公司对于判断游戏好坏多多少少有点自己的高招，但总结起来不外乎三点：

- 专家决策。
- 集体决策。
- 客观评估。

其他标准当然还有，譬如老板拍板；譬如只买便宜的，不买好的；譬如谁回扣多就是谁；譬如续作优先；譬如流行的就是好的，模仿大作的就是好的；譬如大公司出品，必属佳作……这些都是不理性的判断，没有分析的必要。其他譬如代理关联企业的产品，这个不属于针对产品层面的决策过程，我们也不去讨论。

首先说说专家决策。这个最简单，做决定的时间周期最短，专家根据现有资料，结合自身经验，脑子一转，就 OK 了。但是选择专家可不是那么简单的事情，伪专家多着呢！通常我们认为有名气、有资历、有成功案例的就算专家了，其实有时候也未必尽然。就算是专家，也是术业有专攻的，让选美的专家去挑选运动员肯定不合适。就算是专家，也有成功率，就算他的成功率是 99%，但那 1% 落到你头上，也是 100%。

看看别的行业怎么选专家吧！华尔街有个“I.I 排名”，这是《机构投资者》杂志推出的全美研究分析师排名，代表了在投资者和券商心目中最棒的分析师。也就是股市的专家榜，想进入这个排名，预测相对准确当然是必需的，此外还要会炒作自己，多接受媒体采访，多吹嘘，必要的时候还要拉票，跟中国的选秀区别不大，可以划分到娱乐业范畴了。至于这些排名靠前的专家行不行？没人可以打包票，但毕竟应该比排名靠后的强些，至少那些投资者这么认为。

可见，所谓的专家决策是把“寻找好游戏”的命题偷换成“寻找好专家”，其实是背着抱着一般沉。但专家毕竟是少数，游戏数量则浩如烟海，因此“寻找好专家”这件事从概率上讲，似乎比“寻找好游戏”容易一些。

再有一点就是，即使是专家决策，也需要大量的资料，而后他们才能根据资料做综合判断，巧妇难为无米之炊。如果资料不足或错误，再好的专家也难做出准确的判断。譬如说，“I.I 排名”上网络游戏类排第一的美国专家（我不知道有没有这个分类，乱举个例子），去判断中国某纳斯达克上市的网络游戏公司的股票走向，有时候未必判断得比我准（我说的是有时候），因为我可能更了解这家中国公司更多的内幕和小道消息，而这位美国专家，他能看到的只是财报，以及经过美化的官方消息而已。如果我把这些消息透露给他，而且这些消息是真实的，那他肯定判断得比我准。

5.6.7 集体的智慧

当专家缺货，或者专家虽然多，但水平不行的时候，“集体决策”就要粉墨登场了。医学界管这个叫“专家会诊”，但是参加的人员未必都是专家，不乏滥竽充数者。

中国人一向笃信“宁要三个臭皮匠，不要一个诸葛亮”，原因很简单，三个臭皮匠的薪水加起来，连诸葛亮的 1/10 也抵不上；如果不满意，杀三个臭皮匠容易，杀一个诸葛亮就要顾忌悠悠天下人之口，不然可能落个骂名。此外，如果你不是刘备，在用诸葛亮的时候心里就要打鼓，不会被德才兼备的这厮抢了自己位置吧？所以，集体决策在中国是很受欢迎的。

有些公司的集体决策，沿用了杜甫老先生的方法：老妪能解。扫地阿姨和前台小妹都说好的才是真的好！实在不行就投票，投票是个好方法，虽然选不出最好的，但是也不会选出最差的，关键是如果判断结果出了问题，任何人都不用承担责任，这种方法是你好我好大家好，至于公司好不好，管它呢，有董事会操心就行了。

还有些公司的集体决策，是搞一帮资深玩家，大家玩啊，评啊，写报告啊，弄得跟过家家似的。不排除资深玩家对游戏有深刻的认识，但这种认识是建立在作为用户的基础上的，而不是建立在作为业内专家基础上的。作为用户，他们太资深，其实并不具有代表性，作为业内专家，他们又不够熟悉这个行业的产业模式，也不具有代表性。最终他们评选出的好游戏，不过是“资深玩家喜欢的游戏而已”。

还有些公司的集体决策，是一帮中管、高管的扯皮，大家各自从自己的利益出发，夹带之前的积怨，拼个输赢胜负，取得胜利是关键，至于是不是找到了好游戏，那是其次的。就像一群争夺领地的鬣狗，只不过他们要的不是领地，而是领导权。

5.6.8 该死的统计学

世界上有三种谎言，分别是谎言、该死的谎言和统计数字。

——（美国）马克·吐温（Mark Twain）

要说说客观评估的方法了，嗯，很多人对此很推崇，因为美国人就经常用嘛！为啥美国人经常用，中国人不经常用呢？很简单，这种方法比较劳民伤财，时间长，花费大，人力投入多，中国公司多半舍不得。

那么这种方法好不好呢？我认为只要采取了正确的方式，它的效果肯定好

于集体决策，至于跟专家决策的比较，那就看专家的水平了。

所谓客观评估游戏的好坏，就是采取一系列实验、调查、统计手段，去评估一个游戏未来被用户接受的程度，其实就是这个游戏赚钱的程度。方法有很多，但总结起来，无外乎两种，一种是用户小白鼠法，找一些有代表性的“疑似用户”，试用、访谈、调查、实验，而后将结果总结一下即可。这方面比较适合运营和代理游戏的情况。

另外一种有经验量表法，适用于研发公司，就是把游戏的题材、类型、风格、技术以及主要开发人员的水平、经验、业绩等都化成分数，最后总结出这个游戏的市场前景如何，这种方法适合电影业等成熟行业，至少在目前的国内游戏业适用性还不够广泛，但是很多时候，评价一个团队和项目，业内人士或多或少也会采取这种思路。

主要说说小白鼠法吧！小白鼠法也有两种主要方式：一个是调查，一个是实验。调查很多人都知道，找人试玩一下，然后答个问卷或者接受下访谈，最终把结果统计起来就行，原则上是“疑似用户”越准确，数量越多，整个过程越严谨，问题设计越合理，则结果越准确，可惜在实际操作当中，由于主观因素的影响，这些都是很难保证的，因此最终的结果也常常出现偏差。

而实验貌似严谨很多，有时候会使用一些仪器，什么眼动追踪仪、测谎仪、瞳孔和脑电图的监测、最不济也要录像分析。而且会使用精心设计的实验过程，譬如像日本杂志《FAMI 通》搞的，弄个穿三点泳装的美女横陈在桌子上，让玩家玩《R-TYPE》这种高难度的射击游戏，以测试玩家注意力被干扰的程度等。总之是明显的疯狂博士和小白鼠的变态游戏。最终得出的结论可能很确定，譬如 80% 的白度背景眼睛最不容易疲劳，或者 65% 的玩家在选择角色的时候更在乎和自己的相似程度等，至于如何运用到游戏设计或运营中，并产生明显效果，可能还有很长一段路要走。

那位说了，你的意思不就是说，在一款游戏上市并被大家认可为成功之前，（几乎）没有判断其好坏的标准了？那倒不是，我只是说所有的判断方法都有优缺点，关键还是看最终拍板者是不是够聪明，一切都落实在“人”上面。

5.7 游戏的终极形态：平衡的系统

一个游戏是很多有趣选择的集合。

——（加拿大）席德·梅尔（Sid Meier）

游戏的平衡性，这是讨论游戏好坏的终极话题了吧？它深奥又复杂，带有高

等数学一样的牛逼闪闪的学霸气质，让很多人望而却步。其实，平衡性说复杂也复杂，说简单也简单。下面我就来深入浅出地说说平衡性到底是怎么回事吧。

大家谈起游戏的平衡性，经常会提到数值平衡的概念，仿佛就像解方程式一样，只要让等号两边的数值平衡了，那么游戏就平衡了。其实这是错误的。游戏的平衡，数值当然是很重要的一方面，但更重要的是系统的平衡。

打个最简单的比喻吧，你是一家汉堡店的老板，你的5个员工都会做汉堡，也会收银，如果柜台比较忙，你就多分一个人到柜台，如果后厨比较忙，你就多分一个人到后厨，这就是一个平衡的系统，你只需要简单调整一个数值，就可以保证你的店铺人力资源分配在任何时候都是平衡的。但是如果你的5个店员当中，只有1个会做汉堡，其他人只会收银，那么这就是一个不平衡的系统，如果后厨繁忙，你就没有办法补充人员，这个时候，数值就无能为力了，这就是一个不平衡的系统。

游戏之所以有趣，是因为它给了我们很多有趣的选择，如果游戏失去平衡，就会减少这些选择效用，从而影响游戏性。有时一些选择明显成为唯一的选择，或明显是无效的，都说明游戏的平衡性有了问题。

5.7.1 有多少平衡的系统可以重来

不平衡，应该是很多游戏经常遇到的问题，也是最难解决的问题。

人有天生漂亮的，也有天生不漂亮的，漂亮的怎么都漂亮，可以“浓妆艳抹总相宜”，也可以“淡扫蛾眉朝至尊”，而不漂亮的，纵使身上挨上一百零八刀，勉强造出个漂亮，最终也难逃脱胸部跑水、鼻子变歪的悲惨结局。

系统也是一样，有些系统天生是平衡的，有些系统天生是不平衡的，平衡的系统就算遇到不平衡的情况，危害也比较小，也更容易矫正。而不平衡的系统，更容易发生不可逆转的不平衡现象，矫正起来非常困难，有时候是牵一发而动全身，按下葫芦浮起瓢，很难被搞定。

天生平衡的系统，在世界上有很多既定的存在，我们只要模仿即可。从小到大数数吧！

- 2个元素的系统：硬币的两面，阴与阳，黑与白……两个对立条件之间的平衡，是如此显而易见，不必解释。
- 3个元素的系统：石头、剪子、布；生态系统的生产者、消费者、分解者；游戏中常见的骑兵克步兵，步兵克枪兵，枪兵克骑兵……三个条件，循环生克，构成了一个绝佳的等边三角形，这可是一个相当稳固的形态。
- 4个元素的系统：四大元素——地、火、水、风，四神——青龙、白虎、

朱雀、玄武……四者或两两对立，或循环生克。

- 5 个元素的系统：金、木、水、火、土（五行）……有固定的循环生克标准。
- 8 个元素的系统：乾、坤、震、巽、坎、离、艮、兑（八卦）……有固定的复杂关联标准。

这些都是现实中形成的，典型的平衡系统的模式。把它们互相组合，加以变化，可以形成任意多元素的平衡的系统。

平衡的系统是可以自我调节和修正的，这就是所谓“看不见的手”。譬如经济系统，当供给增加，价格便下跌，这样促使供给减少，减少到一定程度，价格回升，供给再度增加，形成一个波动的循环，促使整个系统不会过于偏离平衡点。

在属于天生平衡的系统的基础上，越复杂的系统，越容易平衡。熟悉生态系统的人都知道，较为简单的草原生态系统，如果一个物种灭绝，可以导致整个系统的崩溃，而非常复杂的生态系统如热带雨林系统，如果一个物种灭绝，则不会对整个系统产生影响。

结论就是：

1. 有些系统天生是平衡的，有些系统天生是不平衡的。
2. 天生平衡的系统很容易维持平衡，而天生不平衡的系统则很难维持平衡。
3. 世界上存在很多天生平衡的系统，游戏中只要模仿它们的结构和关联即可。
4. 只要是天生平衡的系统，那么它越复杂，就越平衡。

5.7.2 系统如花序

既然越复杂的系统越容易平衡，那么是否将简单的平衡系统叠加起来，构成的复杂系统必然是平衡的系统呢？答案当然是 NO！

复杂系统当然是由简单系统构成的，但是，并不是所有简单平衡系统的叠加都能构成复杂的平衡系统。其构成方式很有讲究。

那么什么样的构成方式可以组建复杂的平衡系统呢？同样，我们依然需要师法自然。植物的花序是个很好的老师，也比较形象化和容易理解。其实动物的系统和器官、组织的结构也可以作为类比，但是一来不好看，二来血肉模糊的，不符合咱身份。

就算不懂植物学的人，也见过菜花吧（就是花菜，绿的白的那种，不是油

菜花、苦菜花)？每一个小朵都是一个小型的平衡系统，它们互不关联的生长在茎杆上，而每一个小朵，都是由很多更小的花朵构成，它们之间也是互不关联，生长在每一个小朵的茎杆上。直到最小最小的一小朵……我们可以看到，每一个小朵都很相似，它们构成的大朵也很相似，菜花的这种结构很清晰，很漂亮，是一种完美的平衡。这是一个按照平衡的简单系统的结构将平衡的简单系统集合起来，构成的复杂系统。它注定是平衡的。

花序还有很多种。穗状花序、总状花序、柔荑花序、伞房花序、聚伞花序、头状花序……还有有限花序和无限花序的区分，它们都是复杂的平衡系统的写照。光是参考它们，就足够设计出很多平衡的系统了！

结论就是：

1. 复杂的平衡系统是由简单的平衡系统构成的。
2. 简单的平衡系统只有按照平衡系统的规律去构成复杂系统，才有可能形成复杂的平衡系统。
3. 复杂的平衡系统中，最基本的元素只跟自身所属的简单平衡系统关联，不跟其他简单平衡系统关联，这样才容易达成平衡。

5.7.3 优势策略的平衡

优势策略就是胜于其他策略，且任何时候都不会比其他策略差的策略。(这句话要多念几遍才会通顺。)

在一个系统中，如果实现一个目标的方法有多种，那么其中必然存在优势策略。完全不存在优势策略的情况只有一个，那就是实现一个目标，只有一种方法。譬如，在一个网络游戏中，获取经验值的方法只有一个，就是打怪，其他如任务、PK等都不能获得经验，这就是一种不存在优势策略的情境。而这种游戏必然是枯燥而无趣味的。

大多数网络游戏，获得一种资源或属性值的方式都有多种，只要有多种方式存在，就会有优势策略。绝对的，一边倒的优势策略无疑是不平衡的，例如一个网络游戏有6种职业，超过60%的玩家都会选择职业A，这就是一种明显的不平衡，但如果人数最多的职业是人数最少的职业的2倍，那么这则是一种能被接受的、相对的不平衡。在这种情况下，可能职业A对于多数人来说，还是一种优势策略，但对于另一些人则不是。

在《大航海时代OL》中，获得钱的方式很多，初期很明显的优势策略是贩运货物，赚取地区差价。但相当多的玩家却选择了挖矿。在游戏前期，以单位时间而言，贩运的获利远大于挖矿，但为什么这么多玩家把挖矿作为优势策

略呢？那是因为，挖矿不需要成本，不需要技术，没有门槛，是一个简单机械的操作，甚至可以挂在上面就可以获利。而贩运则需要一些知识（要了解哪些航线，哪些货物利润最大），需要一些技能（操纵船的技能），会有一些风险（有可能遇到海盗、自然灾害而失败），投入一些成本（要有一搜像样的船和船员），还需要多动用一点大脑和小脑细胞（相对于挖矿而言）。打个不恰当的比方，挖矿好比打工，干一个月领一个月工资；贩运好比创业，投入大、风险高、周期长，当然回报也丰厚。

对于玩过《大航海时代》单机版的资深玩家来说，贩运是优势策略，因为他们已经从单机版中储备了知识，知道贩运可以迅速积累财富；对于另一部分人来说，挖矿是优势策略，因为他们在别的网络游戏中已经习惯于挖矿或者他们不知道应该怎么贩运以及贩运什么货物容易赚钱。这就是一种平衡。如果对于所有人（或绝大多数人）来说，A 是优势策略，而 B、C、D、E、F 则不是，那么这就是一种不平衡。

此外，在一款网络游戏中，对于同一个玩家来说，0~20 级的时候，A 可能是优势策略，而 20~40 级的时候，B 成为优势策略。因为网络游戏中各种等级的玩家都有，这样混合起来，也会形成一定程度的平衡。但是，这种平衡是不够稳固的，当游戏刚开服，所有人等级都很低的时候，以及多数玩家都满级的时候，不平衡就会凸显出来。

结论：

1. 完全没有优势策略的系统是乏味的。
2. 只要有两种以上的策略，通常就存在优势策略。
3. 对于不同的人，可能有不同的优势策略。
4. 对于同一个人在不同场合或不同时期，可能有不同的优势策略。
5. 混合而丰富的优势策略是有趣的。
6. 绝对的优势策略是不平衡的。

5.7.4 狐狸分饼

即使是平衡的系统，也会遇到不平衡的情况，这就需要调整。

最简单的调整方式是狐狸分饼式的，一张饼，掰两半，一大一小，怎么办？把大的那块咬一口，得！现在小的那块变成大的了，没关系，再咬一口……下嘴嘛，总归是没有准儿的，于是乎，咬来咬去，饼吃完了，也没咬出个平衡来。

有些运营商，智商跟狐狸差不多，术士强，好，那就减弱术士，然后骑士

太强了，那就削弱骑士……减来减去，变成怪最强，玩家最弱。运营商这个高兴啊——可有人买咱们的道具了！结果却是玩家都跑光了。这运营商机关算尽，自以为吃了饼，占了便宜。结果却是没了饼，也没了挣钱的工具。

狐狸分饼的最大问题是不可逆，错了，过了，就只能一直错下去。

好一点的调整方式是披枷戴锁式的。术士强，那就让他走慢点，冷却长点，血少点，速度低点，限制多点……这不就不强了嘛！要是削弱得太过了，那就把枷锁减去一条，枷锁好比砝码，多点，少点，多试验几次，总能搞出平衡来。

这种方式多数情况下都能奏效，但是有可能会带来系统庞大化的弊病，一旦一款游戏运营了一两年，经过了几次大更新，通常会导致系统过于庞大，那时候再出现不平衡，就回天乏术了。

更好一点的方式，就是在设计系统的时候就预留了一个调整平衡的开关，它可以是一个属性，也可以是一个系数，通过它，我们可以很方便地调整我们预估到可能出现的不平衡现象。如果不理解，那么双击你计算机屏幕画面右下角的那个小喇叭图标吧！对了，就是音量控制的那个，我们预设的开关，就好比那个音量滑块，如果觉得音量不合适，动动它，很方便。

大家应该注意到，我动主音量滑块的时候，右侧的波形、软件合成器等滑块并没有跟着动，它们是各自独立的，这个“开关”，也应该是独立的，否则牵一发而动全身，那就永远也不能平衡了（这个应该是 Windows XP 系统的情况）。

如果还不理解，想想老式机械手表怎么调整时间吧。拨动旋钮的时候，秒针不动，时针不动，只有分针在动，虽然如果想拨快七八小时，就得让分针转七八圈，有点麻烦，但是这样很精准，容易操作。如果是只能调整时针，则需要很细微的动作才能校准。而秒针，则因为太微小，可以忽略。如果设计的开关是可以同时调整分针、时针和秒针的，那么操作太复杂了，甚至有可能出现不匹配。譬如，我把时针调到 2、3 之间，那么分针应该在 6 的位置，但是我把分针放在了 12 的位置，这时候确定的话，应该是分针按照时针位置移动呢还是时针按照分针移动（移动到 2 还是 3）呢？总之情况就复杂化了，会出现新的不平衡。

结论：

1. 调整平衡应慎用减法，因为一旦减掉很难恢复。
2. 使用加法调整平衡的时候，一定要注意控制规模。
3. 预设开关是个控制平衡的好方法，开关不能是 1/0 式的，而应该是滑块式的。
4. 开关与开关之间最好不要联动。
5. 调整一个项目，最好有且只有一个开关。

5.7.5 平衡的自由度

在游戏中，玩家要实现一个目标，可能只有一种途径或方式，也可能有很多种。一个游戏中，玩家要实现的目标很多，这些目标中，有些只能通过一种途径或方式去实现，有些则可以通过多种方式去实现。这就是自由度。

自由度是游戏性的一个组成部分。自由是相对的，是在一定规则下的自由，如果完全没有规则，玩家会由于可选择途径或方式太多而无所适从，反而变成了不自由。而以适当的途径或方式提供给玩家的比较和选择，对于玩家来说，则是自由的。

譬如某个任务的某个环节，是要求玩家花 10 元钱找 NPC 路人甲，购买一个苹果（就是国光、富士的那种苹果，不是土豪金）。如果这个环节在上个环节的对话中有很明显提示，而且路人甲很容易找到，相信大部分玩家会遵循这一提示而购买苹果。即使游戏中可以通过采摘的方式获得苹果，而通过这种方式获得的苹果也可以被任务接受，很多玩家还是会找路人甲去对话的。在这种情况下，“采摘”这种途径对于多数玩家就有鸡肋之嫌，并没有增加自由度。但如果任务要求玩家花 10 万元钱找 NPC 路人甲买一个苹果，可能很多玩家就会先试验一下采摘的苹果是否有效了，因为毕竟 10 万不是小数目，而采摘相对比较简单。再譬如说游戏中的采摘，是必须杀死红龙，获得苹果种子，种下去，10 天之后苹果成熟才能采摘的，并有可能被别的玩家摘走，这个时候，相信不少玩家宁愿付出 10 万元钱了，因为采摘的时间成本和风险都太高了。

在一定范围内，游戏提供给玩家的途径或方式越多，自由度越高，开发成本也越高。超出了这个范围，游戏提供给玩家的途径或方式越多，自由度反而降低，但开发成本还会继续走高，对于开发商来说，则是没有效益的。这中间存在一个转折点。开发者需要在这个转折点之内，选择一个合适的点，在合理的开发成本下，让玩家拥有尽可能大的自由度。

还是上面的例子，如果获得苹果的方式，在游戏中有 10 多种，那么玩家最有可能选择的，只有以下几种：

- 游戏环节中明确提示的途径。
- 自己熟悉的，并且曾经获得过苹果的途径。
- 最简单直接，省时、省力的途径。

其实，在有 10 种以上获得方式的情况下，多半玩家此时身上就持有苹果，因此，反而削弱了任务本身的游戏性。

那么，这个转折点在哪里呢？当然，根据不同的游戏，有不同的状况。但可以肯定的一点就是，东方玩家的这个点，跟西方玩家不同，它更接近于原点，

或者说，东方玩家更偏爱自由度比较低的游戏。欧美网络游戏在国内的运营状况不佳能很好地证明这一点。绝大多数国产单机角色扮演游戏都属于自由度较低的“日式角色扮演游戏”也是另一个很好的证明。

还是举苹果的例子，如果把这样一个情节放在日式角色扮演游戏中，通常玩家只能通过钱去购买苹果，如果钱不够，就要去打怪赚，可能这个情节中有分支，但是分支只会影响属性（譬如好感度或者某个城市的支持度），以及决定下面情节的走向，而不会在苹果的取得方式上出现分支。

而典型的美式角色扮演游戏，尤其是最传统的那种，玩家通常可以选择用钱购买苹果，或者去周围房子里搜索一番，或者通过“盗窃”技能获得，甚至是杀死这个 NPC，然后搜身得到……当然，这种美式角色扮演游戏在国内也拥有一定数量的爱好者，但整体上不如日式角色扮演游戏那么多，而且，它的开发复杂程度远远高于日式角色扮演游戏，这也是国产角色扮演游戏都会选择日式角色扮演游戏的原因，开发商选择了最优策略。

这种现象的产生，跟历史、文化、社会心理和教育都有很大关系，相信会长期存在。盲目地学习美式游戏的风格，盲目扩大自由度的做法风险会很大。

5.7.6 模糊理论

于是人人都成了一个差不多先生——然而中国从此就成为一个懒人国了。

——胡适《差不多先生》

模糊是和精准相对立的概念。

玩家对游戏的理解和评价通常都是很模糊的：

“升 30 级怎么比升 29 级慢很多啊？”

“改版以后，感觉小怪比以前强了一倍！”

“不玩了，这游戏真坑爹，爆率改小了很多，怎么玩啊？”

“A 游戏练级比 B 游戏轻松很多。”

“做任务太好赚钱了，一个小时能赚好几百万。”

“这个免费游戏真黑，每个月花的钱比《魔兽世界》多好几倍。”

……

当然，不排除一些玩家精确地计算过他们玩游戏的成本和收益，但是那只是少数，大多数玩家都是跟着感觉走的，这个感觉，有时候并不精确，而是一种比较，它是“多很多、多一点、差不多，少一点，少很多”这种模糊的量级。而这种感觉通常也并不客观，它是在客观的基础上，受到游戏经验、个人心理素质、他人言论等影响的集合。

我们做游戏，其实就是要满足玩家的这种模糊感觉，让他们感觉最好，最舒服，最有趣，最好玩，最引以为傲，也最愿意介绍给他人，这就是成功。所以，设计和平衡游戏系统的时候，要紧抓住这些模糊的感觉，运用模糊理论的手段去解决平衡问题，而不需要建立精确的数学模型。

说到模糊，是很对东方人胃口的，胡适曾经称中国人为“差不多先生”，虽然那是批判的角度，但是反过来看，“差不多”也是有好处的。

看过很多关于健康饮食的书，东西方的叙述方式就有着截然的差别。中国教授建议，每天要吃拳头大的一个水果；日本专家认为，每天大便一次，大便的形状、大小和一个大香蕉差不多才算健康。美国学者说，每天要吃 100 克红肉，或者 135 克白肉，并用不多于 5 克的油烹调。澳洲美女作家则要求姑娘们，每天早上用 5 粒红枣、20 粒玉米、N 粒某某某某煮粥（估计没数清楚之前就饿晕了）……游戏跟吃饭一样，是消遣的东西，不是造航天飞机，太精准太麻烦，也没有必要，反而会越弄越复杂，搬起石头砸自己的脚。

就说中医吧，在整个体系中几乎什么没有数值的概念，但照样治病救人，药到病除。而西医呢？虽然搞了很多量化的标准，可我们看看这标准到底是怎样的吧？以常见的血液指标为例，血小板 100~300% 都算正常，相差 3 倍，网织红细胞计数 0.5~1.5% 正常，相差 3 倍，血沉 0~20mm/h 都算正常，这都无法算倍数了。可见，人体本身也是一个模糊系统，有时候，某人的各项指标都没有大问题，可是整体结合一看，可能就是大问题。专注于单一的数值有可能会产生错误判断，要从整体上系统地看问题才行。

5.7.7 系统的花道

他的刀一般的眼神，已在瓶中花枝的空隙间选了很多个地方。

可是他手里的花枝却没有插下去。

……过了很久之后，丁宁才轻轻叹了口气：“姜先生，果然高明。”姜断弦苦笑。

“连这枝花我都不知应该插在何处，高明两字，如何说起。”“三尺童子，也会插花。”丁宁说：“姜先生这枝花为何不知如何插？”“这就像是着棋，丁兄这瓶花，已如一局棋，成了定局，”姜断弦说：“我这一子落下去，若是破坏了这一局棋，那就非仅无趣，而且该死了。”丁宁微笑，“就凭姜先生这番话，就已足见高明。”

——古龙《风铃中的刀声》

曾经跟一个业界朋友讨论问题，他提出做一个平衡的系统还不是最难，最难的情况是根据运营状况，在更新的时候需要增加新职业，新技能，如何保持平衡的问题。其实我个人倒觉得这个问题很容易处理，如果原本的系统是平衡的，并且考虑到后续的扩展，那么新增内容保持与原系统的平衡，几乎可以是顺理成章的事情。

我非常喜欢古龙小说中这个关于花道的比喻。在日本花道有一些流派，要求从开始的第一个步骤，到最后的成品，都是美的。插花人的服装、动作，每插一支的形态，每一步都完美。也就是说，当我这个作品有三枝花的时候，是美的，是平衡的系统，再插一枝，它还是美的，也是基本平衡的，可能和前面的平衡有一定差异，美感方面也有高下之分，但是整体而言，都出于可以接受的范围，然后是第五枝、第六枝……这每一枝花，都可以理解为一个职业吧？

设计系统也应该如此，事先要设计一些余地，完成好的整体策划案，就要有一部分是后期功能，还有一部分留出了接口，以备后期大更新。即使已经设计好的前期功能，也预留出一部分是可以延后开发的，万一人手不够或者发生其他变故，可以把它们推迟，也不会影响到剩下已完成系统的平衡，不会对游戏伤筋动骨。我做过的所有项目，几乎都是如此，很多设计好的系统因为种种原因砍掉了，但是玩家却感觉不到，而且，也不需要额外的工作量去做调整。临时增加的系统，也预留有它们的位置，添加上去也不会觉得不自然。

即使是公认的平衡而严密的系统，也可以在其上增加一些东西，而使其基本保持平衡。譬如说周易的六十四卦，已经是一个完美得不能再完美的平衡系统了，如果硬要在其上增加乾卦的“用九”和坤卦的“用六”，也就是全部爻都是“变爻”的状况，也是平衡的。如果以职业做比喻，他们分别作为乾、坤的副职业，如果乾是骑士，那么乾的用九就是魔法骑士……诸如此类，它们两个的加入，可能会导致整个系统不如原来那么平衡，但绝对还属于比较平衡的范畴，离完美只差一线而已。

回到“系统的花序”一节，这样的职业增加，好比原来的莲花，变成了并蒂莲，两者合一，在系统中占据一个位置，不会影响到大局的平衡。

我个人看法，做加法无论怎样也是简单的，而做减法，如果要保持平衡，在事先没有预留设计的情况下，则很困难。譬如，从六十四卦中减去 1 卦，使其依然平衡，就很难办到。

5.7.8 游泳池的水

假设你经营一个无限深的游泳池，里面有很多游泳者。这个游泳池的水源

是一个瀑布，会源源不断地向游泳池供水，你需要有一个泻水口，来保证游泳池的水不会过深。如果你没有泻水口，或者这个泻水口的泻水量大大小于供水量，那么会出现什么情况呢？游泳池的水会越来越深，深到一定程度，新来的游泳菜鸟会觉得危险，不敢下水，再继续深下去，池子里原来的游泳者当中，可能也会有一部分人感到害怕而离开，你的游泳池就会逐渐衰落。（在这个例子里，我们不去考虑游泳池壁的高度，以及它对心理的影响。）

上面这个例子，可以类比网络游戏当中的通货膨胀。当一款网络游戏通货膨胀到一定程度的时候，对于新来的玩家就形成了一个心理壁垒，在某种程度上排斥了一部分新玩家。而部分老玩家也会对通货膨胀而导致的游戏失衡感到不满而离开。

例如游戏中有一个 BOSS，打死之后会掉落一个武器。BOSS 被打死之后，会不断再生，而武器无论爆率多少，只要掉落，都会继续留在游戏世界中。BOSS 死亡之后再生，再死亡，又再生……往复循环，在系统中，同时只有 0 或 1 个这个 BOSS，它是平衡的。而对于那个武器来说，A 打死 BOSS 获得一个，B 打死 BOSS 获得一个……系统中，这个武器的数量会越累积越多，就像瀑布为游泳池供水一样，需要有一个宣泄的出口。

简单的方法是绑定，把这个武器绑定在获得它的玩家身上，不允许买卖和交换，这样，这个武器虽然越来越多，但是不会进入流通领域，也就不会导致通货膨胀。这好像给每个游泳者都准备了一个 VIP 单间，将多余的水引到那里。

直接的方法就是让它有一定的概率会消失掉，无论是耐久降低也好，还是可以作为原料打造也好。这好比有几个魔法师，在不断对游泳池中的水实施汽化魔法。

综合治理式的方法就是不管它，让整体平衡即可，玩家可以从系统中获得财富，当然也要有更多的途径把财富消耗掉，把金钱还给系统。这就类似游泳池的泻水口了。当然，在大多数游戏中，会综合使用以上多种手段。

5.7.9 一分为二，化解冲突

在婚姻当中，有一个有趣的，叫作“牙膏战役”的说法，就是说因为挤牙膏的方式不同，而引发相当多的夫妻矛盾，甚至成为离婚的导火索。通常来说，多半是一方喜欢整洁有序，挤牙膏喜欢从底部开始挤，而另一方喜欢简单直接，从靠近牙膏管口的地方直接挤。喜欢整洁有序的一方看不惯另一方造成的牙膏管上的凹痕，而另一方则认为这是小题大做。通常，这种战争一旦发生，将会伴随夫妻生活的始终。

其实，要想解决这个问题很简单，一人一管牙膏就好了，你挤你的，他挤他的，双方互不干涉，眼不见心不烦。同理，这个方案还可以解决很多其他的夫妻矛盾，譬如，睡双人床，一方翻身，影响一方休息，那就换成两个并排的单人床；如果盖双人被子不舒服，那就换成两个单人被子……

在游戏的系统平衡上，也经常遇到这样的状况。当一个基本属性，出现在几个公式当中，或者影响多个外在属性或数据的时候，常常因为多方面的因素互相牵制，发生难以平衡的现象。如果强要去解决，势必会造成局部的不平衡。而釜底抽薪的办法就是——两管牙膏，等于将这个属性一分为二，分别去影响原来一半的因素，这样就会很容易化解矛盾冲突，达成平衡。

从很多游戏系列作品中，我们很容易找到这种解决方案的蛛丝马迹。当然，这种解决方案虽然简单，但副作用也不少，它会令系统的属性部分越来越庞大复杂，也会令属性的定义越来越困难，玩家难以理解。譬如，当一个游戏的人物属性当中有“敏捷”、也有“速度”的时候，玩家通常无法一下子确定哪个属性跟哪些特征相关，要看了相关说明才能明白。

第 6 章

谁都可以做游戏

十几、二十年前，游戏开发还是一个神秘无比的行当。人们还在讨论用什么计算机语言做开发、需不需要游戏策划、透明色怎么设置一类的问题，现在听起来已经像是古老的传说了。

在游戏产业最初的那几年，游戏受技术和硬件的制约很大。到了 2000 年以后，产业发展到中期，大型客户端网络游戏兴起的时代，一款游戏动辄开发两三年，投资数千万元，受资本的制约很大。到了今天，技术已经不是一个门槛，很多成熟、廉价的商业引擎，只要稍有基础的人，学习一两个月就能掌握。资金也不是一个门槛了，很多简单的以创意取胜的小型手游，只需要两三个人，一两个月就能开发完成。

就像摄影一样，之前需要专业的设备、专业的技能才能完成，现在则是只要有一台相机或者手机，人人都能成为摄影师，所谓的技术，只在于多拍多练，唯手熟耳。游戏也逐渐在向这个情况靠拢了，从早年日本 Enterbrain 公司的《游戏开发工具》系列产品，到现在网上大热的《橙光文字游戏制作工具》，都给完全不懂技术的普通人提供了自己制作游戏的可能。

和客户端网络游戏动辄数千万元的投资不同，手游只需要几十万元、一百万元就可以开发出一款，因此，很多人三五个兄弟，七八台电脑，一间出租房，就可以开动起来。

游戏开发逐渐走下神坛，使“私游戏”成为可能。就像网络写作一样，越来越多的人成为作者，同样，越来越多的人成为游戏开发者。就像买房等升值也算投资房地产一样，越来越多的人成为游戏投资者。现在已经进入了一个全民做游戏的时代。成都有 800 家手游公司，杭州也有 100 家……你还等什么？

走过路过千万不要错过啦！

但是，且慢！在你决定开始做游戏之前，有必要了解一些基本常识，这有助于你少走一些弯路，即使你不做游戏，了解一下也没什么坏处，是吧？

如果你是个游戏行业从业者，我建议你跳过这一章，这一章是给那些围城之外的人们看的，对于你来说，可能有些太基础了。

6.1 游戏的工序

今天是个好日子，你中奖得了 1000 万元～（哈哈！偶尔做白日梦也不错啊～）

你应该用这些钱开发一款游戏，真的，我很认真地建议你哦！股市有风险，楼市有调控，游戏是个好方向，只要能做得出来，品质不太差，就有希望大赚，实在不行，还有很多人愿意接盘，而且想象空间很大，俗话说：“如果你做的是个能算出账来的生意，这还能算是一个大生意吗？”游戏正是一个算不出账来的生意，一夜暴富，躺着数钱不是什么新鲜事，比中大奖还刺激哦！

6.1.1 做个什么样的游戏呢

钱有了，首先我们来确定在什么平台上做游戏：电脑？手机？家用游戏机？便携游戏机？还是干脆就是《三国杀》那样的桌游？……好吧，好吧！那就做个最常见、在中国市场上最赚钱的电脑上的网络游戏吧！

接下来要确定游戏类型，是像《传奇》、《征途》那样的大型多人在线 MMO 角色扮演游戏吗？还是像《劲舞团》那样的休闲网络游戏呢？或者是斗地主一类的棋牌游戏？是需要下载客户端的大型游戏吗？还是直接打开网页就能玩的网页游戏？还是一款手机游戏？……嗯……1000 万元的话，做个网页游戏刚刚好，客户端网游有点不够，手游又有点富余了。

接下来要确定题材哦！国内流行的题材有下面这些：三国题材和西游题材是一片红海，每个都有几十上百款；聊斋水浒紧跟其后；武侠奇幻玄幻什么的也非常多；或者要另辟蹊径，西方古典题材的？童话题材的？科幻题材？题材很重要，选择需谨慎！这个对于游戏的成败很关键！

接下来要选择表现形式。2D 还是 3D 的？使用哪一款引擎？

再来是风格。画面是明快的还是阴郁的？色彩是大红大绿的中国风？高级灰加粉嫩色彩的日韩风？还是厚重锐利的欧美风？人物是 Q 版的还是正常比

例的？头身比是多少呢？

还有顶顶重要的，千万不能忘记，既然是网络游戏，就要确定收费模式，不然怎么赚钱呢？主流的收费模式只有两种：时间收费和道具收费。时间收费好像中国电信，玩家上来玩多长时间就要相应地付多少钱；而道具收费像沃尔玛，玩家想买什么就买什么，也可以只逛不买。目前时间收费的游戏不太多了，主要集中在客户端网络游戏，主流网络游戏都是道具收费，尤其是网页游戏，几乎全部都是道具收费的。

这些都确定下来，整个游戏的轮廓就清晰了，可以甩开膀子大干啦！

6.1.2 好玩不好玩，策划来决定

最初你至少需要三类人员：策划、程序和美术。

策划要写策划案。策划案就是叙述这个游戏的内容和玩法的一系列文档和图表。它一方面是给程序和美术看的，告诉他们应该做什么和怎么做；更重要的是描述出游戏未来成品的样子，玩家看到的样子。

一个游戏好玩不好玩，就全靠策划了。策划们要写明游戏的系统、游戏的玩法、游戏的故事背景和文案。玩家看到的是什么，要怎么操作；玩家操作之后游戏怎样反馈；游戏的内部逻辑是怎样实现的；战斗系统、经济系统、物品系统、交流和社交系统、关卡系统、新手系统……一系列系统都要进行详细设定，一个游戏的策划案，都打印出来的话，跟策划等身高也不是没有可能的。

通常一个大型游戏，需要很多策划。

这之中要有一个主策划，他是整个项目策划方向的掌控者，所有策划的管理着，各种策划细节的决策者。他还需要领导一些策划，譬如系统策划、关卡策划、界面策划、数值策划、负责文案和脚本的策划、负责美术和音效的策划……这些分工通常不那么泾渭分明，有时候一个人负责很多项工作，也有时候一项工作很多人负责。

6.1.3 能玩不能玩，程序起作用

程序是负责游戏实现的。如果说，策划决定游戏好不好玩，那么程序就决定游戏能不能玩。

一个游戏和动画片最大的区别就在程序，动画片是无法对玩家的操作做出任何反应的，但是游戏可以，这就是程序的功劳。

程序首先要选择一个游戏引擎，游戏引擎好比一辆汽车的发动机，游戏的

基本运作机制都要靠它完成，程序要在引擎的基础上编写各种游戏逻辑，实现玩法。游戏引擎有很多种，有效果很好的商业引擎，但是授权费用很昂贵；也有简单实用的免费引擎，不要怀疑它们的能量，很多大作都是在免费引擎的基础上开发出来的；甚至还有为不懂技术的人设计的，傻瓜式的游戏开发工具，任何人都可以拿它来做个小小的电子小说类的游戏。

网络游戏和单机游戏的不同之处在于，网络游戏不仅需要客户端程序，还需要服务器端程序。只有通过服务器发送消息，处理数据，才能保证成千上万的玩家同时在一个游戏中一起玩，彼此能看见、能交流、能协作、能战斗。

和策划一样，程序同样需要一个主程序作为管理者和架构者，还需要分别负责客户端和服务器的程序，负责数据库和界面的程序，还需要开发一些供策划和美术使用的工具——编辑器，如场景编辑器、特效编辑器、动画编辑器等，不同的游戏，不同的团队，不同的引擎，对于编辑器的需求也是不同的。

6.1.4 好看不好看，美术说了算

最后出场的是美术，一个游戏光好玩、能玩是不够的，还要好看。人是视觉动物，游戏玩家里面很多人都是画面党，如果游戏画面不好看，他们可是会撇撇嘴就走的。

美术要做的事情，每个玩家都看得见：角色和怪物的造型、动作；场景中花花草草小房子什么的；漂亮的武器装备和时装；炫目的特效；还有操作界面中框框图表小按钮……凡是你在游戏中能看到的東西，几乎都是美术的劳动成果。

美术一样会有主美术负责掌控方向。需要有人物设计人员，负责设计人物、怪物的各种造型和服装，根据制作方式不同，有些游戏会根据人设建模、贴图、蒙皮、附骨骼、做动作，而后直接应用在游戏里面，就是 3D 游戏的做法；渲染成 2D 动画放在游戏里面，就是 2D 游戏的做法。当然还有些 2D 游戏不需要 3D 建模，直接 2D 绘制的。

6.1.5 其他小伙伴们

策划、程序、美术都到位了，大家就可以干起来了！

正规一点的项目可能还需要制作人和项目经理一类的职位，扮演统筹和管理的角色。

你可能很顺利地开发了几个月，游戏已经有了雏形，可以打打怪，换换装了，这个时候，就需要有一些新伙伴加入团队了。

测试人员此时闪亮登场！测试分为白盒测试和黑盒测试，白盒，就是把盒子打开，一样一样检查里面有什么东西不对，也就是代码层面的测试，直接检验程序的代码是不是有问题。黑盒，就是把盒子封起来，只是检查功能有没有问题，不去管它内部是怎么实现的。黑盒测试看上去跟玩家玩游戏没有什么不同，但是却要精准和专业得多，策划设计的每一个功能点都要去玩玩看，实现了没有？实现的对不对？是否有需要改进的地方？

另一个重要角色是音效，包括游戏中捡起金币的叮的一声，怪物死亡的惨叫，还有那些悠扬的音乐，都是需要音效去完成的。音效可以团队内部制作，也可以外包出去。

6.1.6 谁来卖游戏

又过了一段时间，你的项目大体已经完成了，可以放到公网上进行小范围的测试了，这个时候，你需要做一个重大决策，你自己来运营这款游戏，还是代理给别的公司运营。如果是代理给别的公司运营，那么商务和法务人员要加入了，如果代理到国外的话，可能还需要翻译人员。

如果是自己运营，则比较麻烦，还需要一个庞大的运营团队和上千万元的资金，不过自己运营是可以让利润最大化的，所以，值的一试。

运营网络游戏需要取得网络文化经营许可证、互联网出版许可证、ICP证、游戏版号等证件资格，还需要组建一个运营团队。运营团队包括市场部、产品部、运维部、客服部、渠道部等，编制和一个普通互联网公司差不多。他们需要和其他平台洽谈联运，设计制作游戏官网，跑机房架服务器，联系媒体发稿子、做活动，开通支付渠道，客服随时待命等。

经过数次测试，终于，你迎来了公开测试，也就是正式运营。玩家开始充值了，游戏商城开业了，这段时间你一定会忙得焦头烂额，随时随地都有紧急状况发生，但是不要急，熬过这段时间，只要留存率、付费率能稳定在及格线以上，那你就可以天天躺在床上数钱了，简单吧？

6.2 从美女穿衣看游戏投资

美女永远不满足于已有的衣服。在任何时代、任何国家都是如此。

20 世纪 80 年代，中国有了先富起来的美女，但是大门还没有完全打开，美女们能买到顶级的时装杂志，却买不到顶级的时装。那时候有很多美女姐姐

喜欢 DIY，比照杂志上大师的设计，买面料，找辅料，兴冲冲来到街边裁缝铺。

这裁缝，其实也就是一个有手艺的进城农民，给大妈大爷做条裤子还行，做顶级时装还差着十万八千里呢！可美女们不怕，因为她们觉得自己懂啊！她们可以指指点点啊！什么公主线、新风貌、春夏流行趋势，说起来都是一套一套的，这里要挖进，这里要做省，她们除了自己不会动手做外，什么都能指点一二。

结果呢？好一点的，做出一件勉强能穿上身的衣服，合身不合身先不说，那难看劲儿就别提了。裁缝钱是一定要付的，至于衣服，每次在家里穿上，照照镜子，就没有勇气穿出门了，只能压箱底。坏一点的，压根就做不出来，面料、辅料、精力、时间都浪费了，至于裁缝钱要不要付，那就看美女和裁缝谁打得过谁了。

到了 21 世纪初期，大量的低级明星、高级白领，需要频繁出席各种公开场合，他们最怕的就是“撞衫”，似乎这是比撞车还要命的事情。成衣不敢买了，只好定做。找谁呢？找设计师。进入咖啡馆一样的门脸，见到一位涂着紫色嘴唇的或男或女或不辨男女的设计师。面料是精选意大利的（说不定是在小商品市场买的），你可以自己挑。辅料是法国的（说不定也是在小商品市场买的），设计师会建议你多用，用贵的。颜色会给你推荐和肤色气质能搭配的一组，你来挑。式样，当然是设计师在跟你充分沟通后，专门为你设计的。你要露背还是露肩，长裙还是短裙，都听你的。当然，在细节上，设计师也有自己的建议，要不怎么叫设计师呢！但是只要你愿意做决定的，都是你定。

所谓设计和制作的过程，就是把面料剪几下，披挂在人体模特上，用大头针插起来，直到样子看得过去，以及将大头针取下也不会掉下来就 OK！如果美女要怀疑设计师的能力，设计师就会祭出法宝：和章子怡、张曼玉或张小惠的合影，说明此明星某年某月某日参加某盛典的礼服就是自己设计的。对此，美女们一点都不表示怀疑，因为她们也愿意对别人吹嘘：“为我设计礼服的，我的专属设计师，原来是张某某明星的专属设计师呢！”

结果呢？设计师就是设计师！跟裁缝不一样，衣服绝对能穿，穿上绝对不难看，装饰绝对华丽，看上去绝对高档。当然，钱和时间不少花，几个月几千上万元。在家穿上照镜子，怎么看怎么满意，可真正穿出去，问题就来了，裙摆不规则，有点长，上台阶的时候经常翘起。腋下开得有点大，经常担心走光，端着酒杯的时候要夹着点，被邀请跳舞要拒绝。肩带经常掉下来，恨不得自己身上也插几个大头针。衣服是驴粪蛋表面光，穿上去谁难受谁自己知道，穿过一次，再也不想穿第二次，立马放到网上卖掉。

那真正有品位的定做服装是怎样的呢？彼得·梅尔把它称为“最昂贵、最

能挫人锐气的经历”。伦敦的老字号，店伙计彬彬有礼，同时脸上挂着鄙夷的表情，很明显，他们认为你身上穿的，你最高级的西装一文不值。两三个人为你量身，并肆意批评你身体上任何一个微小缺陷。面料和式样可以选，但很明显，他们有他们的意见，你最好听他们的，因为他们是专家，不然他们会依然鄙视你的选择。当然，一些细节他们会让你决定，譬如生殖器要放在拉链的左边还是右边之类的微小细节。一个月以后，试穿一次，无论你在天涯海角都要飞过来，不然工作无法进行。再过半个月，再试穿一次，完毕后你就拥有了一件世界上独一无二专为你设计的西装，代价不算贵，1400 美元起，能出席你所想到的任何隆重场合，并且可以穿 20 年。

也许你会说，中国美女恐怕没有这个福气享受，其实不是，中国也有同样顶级的定制服装。旧城的小巷中，夹在绳麻店和网吧中间的小门脸，带旧式花镜的老裁缝，只做旗袍。面料是一水的晦暗的湘云纱，缝线是早年间留下的丝线，如今早已不生产了，尺是十六寸的旧式竹尺，扣子是自己盘的，花边是定做的……式样只能选择长款中款短款、长袖短袖无袖、领型和襟型。制作方式当然是最中国的连袖裁减、手工缝制，要装袖，不行！要修改细节，不行！要跟别的服装搭配？老裁缝会瞟你一眼，那意思是，我的衣服，只跟人搭配，不考虑其他衣服，你的个人气质还要再修炼修炼，才能跟我的衣服搭配呢！时间也是几个月，代价是数千人民币起。穿上不但舒服，而且漂亮，二十岁能穿，六十岁也能穿，能穿着它嫁给国王，更能穿好几代，只要你的后代能保持同样身材。

说到这里，还跟游戏不沾边呢！别急啊，这就来了！人一有闲钱，就想实现一些梦想，而多数人的梦想，不免和吃喝玩乐有关，最好还跟文化沾边，有文化，总归是好的。因此，很多不大懂如何投资的富人（不管大富小富），经常会开个饭馆（饮食文化也是文化啊），拍个电影什么的，其中，投资做个游戏的也不少，可大家耳熟能详的却不多，为什么呢？都失败了呗！

很多有钱人跟 20 世纪 80 年代的美女一样，以为自己有钱（其实对于投资游戏的量级来说，他们通常不算有钱），并且懂游戏，随便雇四五个人，七八条枪就可以甩开膀子大干了。玩了半年《魔兽世界》，就自问非常精通网络游戏，招人也会，设计也会，项目管理也会。策划亲自上，美术要亲自拍板，程序要照着某某游戏做。或者呢，注册个运营公司，搞点服务器，去韩国找个三流游戏，就开始干起来。

结果呢？好一点的，做上半年，发现不行，壮士断腕，公司解散，赔就赔了，从此不再碰游戏。

差一点的，做了一两年或三四年了，卫星放了不少，可就是没有真东西，

还熬着呢！就像已经被套牢，放弃舍不得，坚持又看不到光明。

还有百里挑一的幸运者，游戏做出来了，找不到下家运营；或代理的游戏运营了，人数上不去，苦苦挣扎在生死线。

还有一些富人像那些小明星，投资了个“资深团队”，让他们按照自己的要求开发游戏，写命题作文，或者要求他们运营自己代理的三流游戏，还要运营好。不过资深团队就是资深团队，专业！不管有多难，不管自己如何不看好这项目，也能拿起来就做。对富人的要求，那是有求必应。您怎么说，咱怎么干；您指哪，咱打哪；您有主意，咱就放下自己的想法，全听您的；您没主意，咱就出两三个方案，您挑一个，伺候得甭提多周到了。

游戏开发出来，绝对能玩，好玩不好玩就两说了。运气好的话，能找到冤大头买，不至于砸手里，但卖多少钱，回不回得来本就不好说了。谁叫你出的命题不好玩呢！

要是运营呢！肯定有收入，至于有没有赚头，多长时间能回本就不好说了，谁叫你代理的游戏不好玩呢！

只有极少数凤毛麟角的富人，有钱并且也知道如何定制自己的游戏梦，找到最合适的“顶级团队”。首先是昂贵，便宜没好货，好货不便宜。其次是人家有自己的主见并坚持，毕竟人家比你内行不是吗？人家想做什么，怎么做自然有人家的道理，你只管出钱，当好后盾，其他听人家的就行了。首先肯定是团队认可要做的事情，其次一定是团队擅长的事情，这样才有可能做好，更有可能做得有特色、有创意。

您说了，这“顶级团队”要是能跟“资深团队”结合结合就好了。富人想做什么，他们就做什么，品质还能保持一流。富人出多刁钻的题目，他们都能接下来。嗯！好想法，可以跟上帝沟通一下，看看他当初造人的时候是否做了这个合体的隐藏属性。

为何富人投资电影业成功者比较多，那是因为投资电影业的富人，要求修改剧本或者换掉女主角的比例比较少（在中国也不算少，但是绝对比掺和游戏策划的少），这些是导演的特权，富人只要认可导演就可以了。而投资游戏的富人，则喜欢自己拍板更多的事情，因此，失败就不足为奇了。结论是，既然大家一起做事，如果有人比你更内行，你应该听内行的，如果听你的，那么你要内行干什么？

让西装用盘扣，旗袍装吊带？估计那些最杰出的裁缝不会答应。不过很多时候，就算是“顶级团队”也有屈服于金钱的时候，或者是胳膊拧不过大腿，或者干脆被忽悠了，或者一时脑子没转过弯来，干出了“西装用盘扣，旗袍装

吊带”的事情，做出了四不像。如果受欢迎，也就罢了。如果被骂，也是“顶级团队”被骂，不关富人什么事，他是外行，谁叫你听他的呢？所以，作为游戏制作人，最优秀的品质就是在任何压力下，都能坚持自己的方向。要在游戏行业有建树的人，都应该每天把《祖孙骑驴》的故事看上 100 遍。

可有时候，事态的发展不像《祖孙骑驴》那样简单而容易纠正，譬如你是个大厨，在精心烹调鱼翅羹，有人却擅自在锅里加了东西。如果是加了盐，而且不多，还可以补救，如果是加了大量孜然，那就回天乏术了。但严酷的现实通常是，旁边的有钱人加了一把鱼子酱，还很得意：“这可是好东西！贵着呢！比鱼翅还贵！都是海鲜，放在一起鲜上加鲜！”旁边还有无知群众和走狗青年大呼：“好耶！真有创意！”此时欲哭无泪的你，唯一能做的事情，就是安静地走开，告诉世界，这道菜，已经与你无关。

6.3 内行投资和外行投资

史玉柱做游戏成功了，眼红的人挺多。这些人当中，原本游戏圈里的人不多，反倒是那些做杂七杂八其他行业的人，眼红得跟兔子似的。

这些人或多或少玩过几个游戏，也从这些游戏中获得了乐趣，可能他们或多或少也吃过一些保健品，但是有没有从保健品中获得健康，他们自己也说不清楚。因此，他们得出了结论，游戏业比保健品业水浅，好混，钱多，人傻……作为一个游戏业从业多年的老鸟，对于他们这种对游戏业明目张胆的蔑视是很愤怒的，但是又没资格像穿普拉达的女王一样，对他们说：“你以为你沉迷的这个垃圾游戏是你的选择？那是 30 多年来，无数游戏从业者沙里淘金，最终积淀下来的模式和类型，看似垃圾，那也是精英中的精英！”反正黄河没盖，人家要嘴里念着“中流击水，浪遏飞舟”扑通扑通往下跳，咱也不能拦着，就算拦也拦不住。

人家史玉柱虽然落魄过，摆过地摊卖过大力丸，可人家就算卖大力丸，也是全国数一数二，家家送礼都送的一等一的大力丸，可不是一般走江湖卖艺的可比的。而且人家是两榜进士出身，本身就是文化人，现在回到游戏这个文化产业中，正是如鱼得水，不像一般卖野药的，刚学会电脑开机没两天，就想做游戏。最重要的是，人家为了做游戏，是下过苦工夫的，江湖上有很多关于他的传说，传说他玩某某游戏花了一年时间，全服第一，花了很多钱，总之一句话人家钻研过，并不是除了钱什么都没有。人家的成功，是高超的营销手段 + 文化底蕴 + 对游戏的深刻了解 + 钱 + 聪明才智等才造就的，光有钱就觉得自己

能当史玉柱未免把人家看得太简单了。

对了，红眼睛兔子们会说，自己不光有钱，还有点子，还有执行力，还有好团队，还有……其实呢？这些人之所以成不了史玉柱，关键就在他们没有自知之明，他们根本没有人家那么懂游戏，却觉得自己什么都懂，明明是屎点子，自己却认为是金点子，屎点子+高超的执行力=速死毒药。人家披挂上阵，亲自策划，是因为人家有那两把刷子，他们就算披挂上阵，也是传统相声《大保镖》。西施捧心，萌倒一片，东施效颦，吓死一片，看场面是差不多，实际上差远了！

就算史玉柱，也不是样样都行，盖大楼也是栽过跟头的，人贵有自知之明，人家壮士断腕，迷途知返，不失为一条好汉。可有些人，投了时间，投了精力，项目七改八改，做了两三年，或者四五年，套进去不少钱，还是舍不得割肉，不肯承认自己的失败，依旧对项目细节指指点点，也算不可救药了。如果他们乐在其中，我就不说什么了，可是他们似乎并不怎么快乐，貌似都有明显的躁郁症状。虽然战略上依然相信自己是史玉柱，但是心里已经没底气了，一分钟之前还说“好！好！好！太他妈好了！”一分钟之后就骂“这他妈是什么玩意儿！”

最倒霉的是员工，明知道革命难以成功，白白搭上数年的青春，但是为了生计，为了自己之前的付出，为了项目，还是要忍，忍着等待一个茫然的未来——中国游戏业悲哀的现状（虽然只是一部分现状，但已经足以悲哀了）。

6.4 一款游戏怎样才算“完成”

最初 90%的代码用去了最初 90%的开发时间。余下 10%的代码用掉另外 90%的开发时间。

——（美国）汤姆·卡吉尔（Tom Cargill）

单机游戏怎样才算完成？很简单，刻好母盘可以去工厂压盘就算完成了。网络游戏怎样才算完成？貌似应该是产生收入才算完成，可很多公司却并不这么认为。

当一家开发公司，对外宣称它的一款网络游戏已经“基本完成”，开始四处寻找运营商的时候，事实可能是什么情况呢？这款游戏的完成度，介于 10%~50%之间。如果按照“90-90 定律”：90%的代码消耗 90%的开发时间，余下的 10%的代码消耗另一个 90%的开发时间。那么这种所谓的基本完成，仅仅迈出了万里长征的第一步。

如果你是一家运营商或投资商的代表，去考察一款“基本完成”的游戏，最差的情况是，你将看到一些图片、一些文档、一些 PPT 和一些演示动画，是的，你不需要动你的手，没有任何东西可供你操作，你只要带上眼睛和耳朵就可以了。

当然，你也可能很幸运地遇到最好的情况，他们会给你一台机器，帮你建一个小人儿，你可以让小人儿在场景里走一走，跑一跑，如果运气好，他们还会飞，还会骑马呢！你还会看到零星的怪物，你可以打它们，有普通攻击，也有一些技能，光影效果很炫的，你很赏心悦目。还有 NPC，他们居然都在指定位置站好了，而且你点他们，他们会对你说：“今天天气真好啊！”这多不容易啊！

如果你人品爆发，还可以看到比较成熟的操作界面，而不是替代的小方格子，当然，即使是比较成熟的操作界面，也会有一些按钮无法点击。稍微敬业的研发公司，还会提供大量装备供你更换，你可以搞一套 60 级的铠甲穿穿，通常不会太难看。你甚至还可以打几个字，说几句话。如果你小心操作的话，一般在二十分钟之内，游戏不会崩溃。当然，如果你不小心操作，也许会弹出一些报错，通常程序会轻描淡写地给你一个解释，总之，所有的问题都是小问题。

如果你询问任务、交易、PK、工会、副本、战场……任何系统，你会得到“都在开发中”的答案，如果回答问题的是个程序高手，他还会很不屑地告诉你，这些功能非常简单，只要他愿意做，也就是一顿饭的工夫。而且，通常他们还会重点对你解说 1 ~ N 种这款游戏独创的系统，听起来非常棒，当然也是在开发中。

你通常不会在游戏中看到其他玩家，敬业的公司会找几个工作人员上来陪你玩玩。你也不要再去深究你是不是通过局域网连到服务器上的，也不要深究服务器功能的完成度，甚至你最好都不要去想服务器是否存在这个问题。还有，你可逛的地方不会太多，他们会说，场景的开发很简单，只要再多几十个美术就很快完成，当然前提是，签约金或者投资到账之后，才能多雇几十个美术。

如果你问，游戏是否已经开始测试，答案当然是肯定的。而所谓测试，就是公司内部人员上去玩了玩，当然，敬业的公司还会多雇几个兼职的学生。但是，你可能看不到一条用例，而且他们或许根本没有任何 BUG 管理工具。如果你问游戏什么时候能上线，答案通常是 3 或 4 个月，但你最好把它乘上 3 ~ ∞。你最恰当的应对方式就是你说你需要考虑一下，3 个月之后再來，很有可能他们会把今天的所有场面重新播放一遍……

是的，所有人都知道游戏赚钱，所有人做游戏都希望能早点赚钱和赚更多钱，在大多数不太专业的人看来，“赚更多钱”存在太多变数，他们无法控制，

那么“早点赚钱”就成了他们唯一的目标，他们定了一个他们可以接受的日期，在这个日期前完成的版本，就被他们称为“基本完成”，只要这个版本能够运行，而且不会轻易崩溃（标准是能坚持 15 分钟），他们才不管这个所谓的版本到底完成了多少功能，这些功能距离一个完整的游戏还有多远。但是能找到下家，弄钱进账是第一位的。

从这个角度说，网络游戏比单机游戏好做，因为单机游戏必须真正做完，才算做完。网络游戏只要做个大概，就能出去“骗钱”。

6.5 开发和运营的寓言

你有 100 个孩子（圣斗士之父城户光政？），你要养活他们。他们每个月生活费不高，500 元人民币足矣。你每个月需要挣到 5 万元。如果这个月挣到的钱稍微少了一点，他们就可能饿肚子，他们一饿肚子，就有可能生病，他们一生病，就要花更多钱，如果你没有钱，他们就可能死掉……所以你压力很大，不能让自己的收入少哪怕一分钱。此外，你还要关注这 100 个孩子当中的每一个，他们的生活，他们心理，他们是否有意外等，你很操心，你的业余时间被他们占满。万一其中一个孩子生病死亡或者出了意外，你的家庭，你的人生就算是失败了。当然，你很清楚，你们全家的生活水平很低，在温饱线上挣扎，你唯一的希望，就是你的孩子长大以后，出人头地，你才有可能翻身。

你花了大把聘礼，娶了一个刁蛮的、奢侈的老婆，她每月要花 5 万元。如果你不能给她这么多，她就要一哭二闹三上吊。但是，万一你的收入少了一点，你可以通过甜言蜜语、做小伏低去让她转怒为喜，减轻她的杀伤力。最重要的是，即使你满足不了她的消费需求，她也只是不高兴而已，绝对不会影响到她的健康或生存。何况，她数学不好，虽说要花 5 万元，但是她并不常常能记住到底花了多少，因此你可以中饱私囊。你们夫妻的生活水准，当然是在金字塔尖子上的，你不仅有丰富的物质享受，而且带着娇妻出入高档场所，还非常有面子，唯一的压力可能就是老婆会使小性儿，但你的哄骗经验值也在增加，对付她也不算很困难。最关键的是，她从嫁过来开始，就是个金领丽人，每个月都能给你挣钱。当然，她也有可能生病，或者干脆跟别人跑掉。但是这些倒霉事情发生的可能性，都不会太高。

同样是每月必须提供 5 万元的收入给亲人用，如果让你选择，你会选择哪一种人生。

前一种人生，是开发。后一种人生，是运营（或发行）。

在漫长的开发过程中，你有压力，没收入，前面是一个不确定的茫茫然的未来，没有人能百分百确定，游戏能不能开发出来，开发出来品质会不会好，能不能签下一个条件优厚的运营合约，运营得好不好，钱能不能顺利到账……你要关注团队的每一个成员（至少是核心成员），他们不要生病，不能出意外，不要被别人挖走，不要去深造，更不要去创业……他们要高效，还要协作，能力要提升，心情还要好！对了！你还要操心其他：钱要够发工资，项目不要延期。你最大的噩梦，就是某天早晨推开公司大门，发现人都不见了，你只剩下一堆桌椅机器，它们几乎一文不值，没有这些人，即使是开发了 99% 的游戏，也几乎是一文不值的……你唯一的希望，就是坚持把这个游戏做完，并且它能大卖，你能赚大钱，但我不得不说，这个可能性并不高。

运营就很简单，你找了一个你认为好的游戏，它卖相漂亮，出身高贵。你花大把签约金把它代理过来。哦！它很难伺候，需要服务器，需要本地化，需要市场经费，它娘家还是出了名的刁钻不讲理。但是这些都容易，只要耐心沟通，软磨硬泡，都能解决。就算解决不了，丢在那里，也不能怎样，你们还是合法夫妻，你照样可以运营它。就算你满足不了它的消费需求，你也可以不投入一分钱，跟它娘家撕破脸，但还是可以继续运营。甚至你可以调教它，改造它，克隆它……

所以说，选择做开发的人都比较傻，但是没有他们，这个行业将失去赖以生存的基础。一个行业要发展，首先这个行业的产品创造者要获得肯定和尊重，如果中国游戏行业的发展背离了这一点，那么这个朝阳行业也会很快死亡的。

6.6 我该怎么了解你，我的用户

有人说，了解用户还不简单，做调查啊！是啊，这是个简单快捷的方法，而且还能得到一大堆数据，用数据说话，最有力量了。

可是做调查，问卷设计是一层，调查过程是一层，用户回答是一层，每一层都可能走偏，最后有可能是差之毫厘，谬以千里！中国式的问卷设计，很多时候不是征求民意，而是打造出一份能够证明自己观点的调查报告而已，不明白的话，可参考取消五一长假的调查问卷。

而调查过程出了问题，那更是理所当然的，调查员也要吃饭的，我接受过很多调查，不止一次遇到调查员建议我修改岁数或收入，因为符合我年龄和收入的那一档已经满了，我需要帮他们做一下假。

至于用户，中国人民很小就学会了揣摩他人的意思说话，这样做会被家长

和老师夸赞为“懂事”。因此人们说出来的，跟他们内心的真实想法是有差异的。譬如孩子们都说喜欢国产动画，要真是那样，广电总局有啥必要将外国动画的禁令时间延长呢？还有我们可爱的“很黄很暴力”，小孩已经如此，更别说长大以后了。

调查不行了，我们还可以做资讯搜集分析嘛！利用互联网的力量嘛！这确实有点效果，也就是有点而已，在网上发表言论的，不过是冰山水面上的一角，不能完全代表沉默的大多数。遇到彭宇案、许霆案这样事关天理国法人情的社会问题，可能还比较有代表性，可是对于爱玩什么游戏这样的私人喜好问题，偏差就大了，骨灰喜欢叫，菜鸟更沉默一些，所以得到的结论，也不是很具有代表性的。

对了，外国 IT 同行还喜欢用虚拟用户角色进行目标导向设计，建立一个或多个虚拟用户，为他设计功能。我做过类似的尝试，效果也不好，团队成员认为这种方式傻得不得了，我也无法对老板说出这样的话：“我这样设计战斗操作，是因为我们的虚拟核心用户王小明喜欢这个。”我不知道国外的同行们是否曾经进行过这样的讨论：“哦！不！我们的虚拟用户约翰爱出汗，我们应该给 WII 的手柄弄个纯棉的套套……”

还有一招就是陪伴消费观察了，就是跟着一个玩家，看他进网吧、下载、注册、登录、玩、遇到问题，思考、尝试、打客服电话，充值、抱怨、发怒等一切。观察他们的情绪变化、行为变化等，甚至需要录像下来经过心理学的分析。这是第一手的客观资料，比访谈问卷更不受主观影响。

但是，也不是那么好操作的，去网吧观察别的玩家，我试过几次，挺不舒服，芒刺在背，做贼的感觉，自己都觉得自己特招人讨厌。之前看过一个 17173 网站上的调查：“你在网吧里玩时，最不喜欢哪些人？”“站在旁边看你上网的人”占 15%，以微弱差距屈居第四。莫非是因为不少公司使用观察的方法？当然折中一点的办法，可以观察自己公司的测试员什么的，不过他们是在工作，就会表现得更专业，和真正的玩家行为，也是有一定差距的。

最后最好最和谐的方法，就是某业界大佬采用过的方法：

“在开发这款游戏的过程中与 2000 个玩家聊天，每人至少 2 小时。按 2 小时计算，2000 个人，就是 4000 个小时。一天按 10 个小时算的话，也要聊天 400 天。这是多么浩大的工程！他本可以找十几个人聊聊天就行了，其他凭借想象，也可以有个八九不离十。”

这才是第一手的最全面的用户调查啊！钦佩赞叹之余，我又有些疑惑，一个公司老总，一天花 10 小时聊天，再扣除吃饭睡觉，有多少时间管公司经营？

用这么少的时间管公司，还能让公司上市，真神人也！抑或他推行的那种让老头老太太跳草裙舞的保健品真有奇效？可以让他把睡觉的时间压缩出来？

此时，又有一个更大的疑惑出现了，我聊了，我懂了，千万玩家在我心，我将如何说服别人呢？我不是公司老板，只是升斗小民，对老板说：“我跟 2000 个玩家聊过，其中 1500 个都喜欢这样的设计，所以我要这样设计！”听着就跟编的似的，说不定老板还会认为我拿着工资不干活，天天聊天呢！这种说法确实不如有一堆饼图、柱图、折线图的调查报告有说服力。

最终，我最常用的方法，就是蜻蜓点水地综合了以上所有方法的方法。或者和几个资深业界人士，坐到一起头脑风暴一下，可能过于主观，可能盲人摸象，但是偏差却不会太大。

当然，任何观点都有反面意见，时至今日，还有一小部分同行认为了解用户不重要，重要的是贯彻自己的理念，抒发自己的内心情感，不能为了赚钱，讨好用户。

我的观点如下。

1. 不赚钱是万万不能的

不赚钱通常也意味着用户不多，所以放在一起说。

如果我是一个作家（特指文学创作），我会为了贯彻自己的理念，抒发自己的内心情感，甚至为了思索人类存在的意义，或者仅仅为了我们家狗而写作，这都没关系。因为文学创作几乎不需要生产资料，一支笔几张纸足矣，当然就不需要投资，像凯瑟琳·罗琳一样，领着失业金，也能进行生产活动，买不到纸笔，随便一开口，就有粉丝寄来。至于出版商的投入，那是一个愿打一个愿挨，赔钱跟作家无关，那是你走眼。在这种情况下，作者没有任何道义上赚钱的责任，也没有照顾用户需求的义务，只要他高兴，只管写就是，有人看也罢，没人看也罢。

但游戏不同，游戏的投入非常大，无论是资金也好，人员也好，场地也好，时间也好……动用这么多资源，仅仅是为了贯彻自己的理念，抒发自己的内心情感？不是太自私了吗？如果不赚钱，怎么对得起投钱的人？怎么对得起出力的人？就算人家借给你钱，要还也是天经地义的，除非你自己钱太多，喜欢烧着玩儿，就是要做自己的私游戏，那个另当别论。要想赚钱，自然就要顾及用户需求。

2. 讨好用户和贯彻自己的理念一点也不矛盾

除非你的理念反社会反人类，否则一个合格的制作人，就应该学会在市场性和艺术性（或文化性）之间找到平衡。譬如你要创作讴歌爱情的作品，这是

你要贯彻的理念。你可以找到无数种表现方式，其中有相当一部分是用户喜欢的，那么，为什么不选择用户喜欢的方式，而偏偏要跟用户对着干呢？

3. 讨好用户不是主观臆测

诚然，有一些所谓的商业大作，自认为能够受到用户的欢迎，但是在收入和口碑方面都不尽如人意，但这并不代表照顾用户需求这个方向错了，而是它们在这个方向上采用的方法错了。有可能是创作者误读了用户，以为用户喜欢，其实用户反感；也可能是陷入了祖孙骑驴的怪圈。

正因为有这种现象，所以从一开始就了解用户需求才更为重要啊！

6.7 人民需要枪稿，枪稿服务人民

女人在一起，话题总离不开一个字：“美”。化妆品、首饰、衣服、包包、鞋子……这些常常是她们最重要的话题。

“你用的 QB 牌护肤品其实一点营养成分也没有，就是水、油和乳化剂，没有什么营养成分，我一晚上能给你做一桶……当然，它们的原料会纯一些，但那东西也就值它 1/10 的价钱。”我有个学化学的闺蜜，经常对我这么说。我是极不爱听的，虽然我知道她说的 99.99% 是真的。但是，这个 QB 牌子的化妆品：

1. 很适合我敏感的皮肤。

2. 它的 VI 设计很符合我胃口。

3. 它市场占有率颇不低，且品牌历史也算长。（根据他们国家总统说的“你可以永远欺骗某些人，你可以偶尔欺骗所有人，但是你不可能永远欺骗所有人”原理去判断，它的品质还是值得信任的。）

4. 如果我承认朋友的话，那么等于我承认之前数年的自己是个大傻瓜，花 10 倍的钱买了大量没价值的化妆品。相信这是任何正常人都不愿意承认的。

当然我那个朋友也有个大软肋，我通常回击说：“你最喜欢的那个 SHLSQ 水晶就是普通玻璃而已，造价比你汽车前挡风玻璃还便宜，可他们一个小指甲盖那么大的也敢卖好几百元……”她每次听到都会很生气，我相信她也 99.99% 知道我说的是事实，但是她如果承认了这一点，那么她就得承认她和她老公之前那些见证爱情的信物其实都是一文不值的玻璃，这一点她无论如何也不愿意面对的。

因此，我们依然坚持我们的选择，依然厌恶听到任何我们喜欢的品牌的坏话。

就像相声里面说的：

甲：“后来看电视有个健康节目，说抽烟有害健康容易猝死。吓坏了我了。一咬牙一跺脚，打今儿起……”

乙：“戒烟了？”

甲：“不看这节目了。”

所谓用户忠诚度，不过是一种习惯，今天的你排在昨天的你后面，重复昨天的选择而已。就像法布尔著名的松毛虫试验，那些毛虫沿着自己留下的气味，无视周围的食物，一圈一圈绕着花盆行走，直到力尽而死。人其实并不比松毛虫聪明多少，尤其在消费领域。

譬如我经常看到一些品质不高的游戏，依然拥有一大批死忠玩家，他们具有极高忠诚度。当我给这些玩家推荐同类型、同风格的明显更优秀的游戏时，他常常十分抵触，对于他所玩游戏的一些硬伤抵死不认，并且坚决无视好游戏的优点。这一现象，如果用化妆品来类比的话，就比较容易理解了。

在化妆品领域，我就是个普通用户，就好像在网络游戏领域，那些上千万的普通玩家一样。

我那个一知半解学化学的朋友，就好像是个其他软件领域的程序员，只是懂得基本原理而已，离开发游戏还有好几站地呢！

那个被称为“美容大王”的女明星，不过就是个蝗虫型的内测玩家，玩完之后喜欢在网上长篇大论放厥词而已，如果文笔好点，可能会被游戏公司收编为写手的那种人。

而经常出书、上电视给大家讲解美容知识的金老师、佐伯老师等，也不过相当于 17173 网站的编辑吧？（以上没有半点鄙视几位女士的意思。）

至于那些顶级化妆品的开发者，那些化妆品界的卡马克和宫本茂，我根本没听过他们的名字。这样看来，要求来应聘的应届生说出一个他们仰慕的游戏业界名人这样的问题，还是有一定难度的。

同样，有十多年游戏业界经验的我，跟那些纯粹的玩家，之间有着如此巨大的认知鸿沟，那些在我看来如走路抬腿一样的属于生理反应范畴的知识，在玩家看来是闻所未闻的新知。就好像我看到某化妆品的成分表，如读天书：雪亚脂、水解米糠蛋白、二甲硅油、硬脂酸、山梨醇、硅树脂、去水醋酸、蔗糖棕榈酸酯、氢氧化钠、甘油亚油酸酯、月见草油、琉璃苣籽油……

那么，像我这样的普通用户需要的，能看懂并且喜欢看的化妆品知识是什么呢？我想应该就是那些 20 多元的、厚厚的时尚月刊上的内容吧！其实我知道，这 20 元钱很不值，1/2 枪稿、1/3 广告、1/6 酸文，真的没有实质内容，

但是怎么办呢？当我要选择化妆品的时候，我只有枪稿和广告可以参考，就看谁的枪稿和广告对我胃口啦！

想想游戏玩家从哪里获得选择游戏的知识呢？同样是枪稿和广告啦！而且化妆品价格档次不同，越贵越好原则上不会错，但网络游戏收费都差不多，市场上两三百个，不看枪文，不具备相关知识的玩家靠什么选择呢？

我明知道花 20 元钱买来的杂志上都是枪文，明知道那些明星脸 PS 过，明知道“纯植物”、“无添加”都是概念，明知道那些华丽词句都是文案，但我还是仔细比较过多个品牌的枪稿，很认真地做出下一个购买决策。

所以，对于普通用户来说，枪稿的意义大于天！

6.8 玩家要的是“能玩”，制作人要的是“好玩”

国产游戏有点像中国足球，钱还是赚的，但是品质上不去。单机游戏时代游戏做不好，大家的理由很冠冕，什么起步晚，底子薄啦，什么盗版严重啦，等等。可到了网络游戏时代，这些理由都不那么理直气壮了，全球网络游戏的起步几乎是同时的。发展最快的韩国甚至几乎没有单机游戏的开发基础，网络游戏也不存在盗版的威胁，于是乎，大家就又开始嚷嚷政府不支持，行业生存环境差，可除了韩国，也没见哪国对网络游戏特别支持……总之自己做不好，就别怨东怨西。

为什么做不好？归根结底是因为开发商和玩家的价值观不同。玩家玩网络游戏，是要利用这个最廉价的娱乐方式，满足最基本的心理需要，这些心理需要包括休闲、社交、成就感等。而很多开发商，则想着做一款大作，巨作，抢占多少多少市场份额，几十万人在线，公司上市，等等。

对一款网络游戏最差的评价不是“烂”，而是“根本不能玩”。这个“根本不能玩”包括很多方面：下载困难，登不进去，进去了不知道怎么玩，特别卡，经常掉线，BUG 多，天天停机维护，服务差，付费经常失败，外挂横行，不平衡被欺负，等等。这样的游戏不要钱可能也没人玩，白搭上时间和尊严，还没玩爽，到底是谁玩谁呀！

网络游戏的根本目的也是玩，但很少有厂商大张旗鼓地宣传自己的游戏“能玩”，大家通常都在说游戏“好玩”，可是再“好玩”的游戏，如果不“能玩”，也全是空的。一款网络游戏，如果不能做到稳定和流畅，即使它的设计再有趣，画面再漂亮，恐怕也不会收到很好的市场效果。可是，很多开发商在“好玩”上面拼命下工夫，而在“能玩”方面则不够重视，也许他们觉得是游戏就应该

能玩吧？能做出来就是能玩的吧？或者只要有一个玩家能玩，其他玩家也能玩吧？可事实通常不是这样简单。

说到“好玩”，玩家和厂商的标准也是不同的。韦小宝的论断很值得参考，《鹿鼎记》中有写：

“哪知韦小宝听曲，第一要唱曲的年轻美貌，第二要唱的是风流小调，第三要唱得浪荡风骚。当日陈圆圆以倾国倾城之貌，再加说连带唱，一路解释，才令他听完一曲《圆圆曲》。眼前这两个歌妓姿色平庸，神情呆板，所唱的又不知是什么东西，他打了个呵欠，已可算是客气至极了。”

“年轻美貌”对应游戏的画面美观，“风流小调”对应游戏题材内容吸引人，“浪荡风骚”对应游戏操作简单有亲和力。只要满足这三个条件，挑剔如韦大人这样的玩家，基本上也就满意了，这里面根本没有游戏系统和玩法什么事儿。至于系统庞大复杂，上手不易的游戏，要有陈圆圆这样倾国倾城的画面，还有吴梅村这样的名家策划，加上说连带唱，一路解释的高互动性，再加上《圆圆曲》这样改朝换代，波澜壮阔的八卦内容，才勉强能令玩家玩下去。

很明显，两条路都是正路，但第一条好走一些。“不可沽名学《魔兽世界》”，是个很简单的理性判断，可就是有很多厂商看不清这一点。弄了个四十不足、五十有余、姿色平庸，神情呆板的歌女也去唱《圆圆曲》，当然免不了让玩家怒从心头起，恶向胆边生了。

玩家对于网络游戏的要求，其实很简单，“能玩”加上一两个好玩的特色就行了。特色太多反而变成了没有特色。

很多厂商的宣传文稿中一而再、再而三地说个不停，要副本有副本，要宠有宠，要国战有国战，要结婚有结婚，要转职有转职，要骑乘有骑乘……恨不得把世上所有游戏好的地方都集中在自己的游戏中，塑造一个完美的理想游戏。可惜这些通常都是概念，没有一个系统能做到精深有趣，玩家不是傻子，试玩一下发现不对味就都跑了，反倒不如将所有精力放在一两个点上，把它们做到最好。

说到底，玩家需要的是一个消遣工具，是一个心理上的“特色美女”，而很多厂商总是觉得给玩家一个“特色美女”水平的游戏不够有竞争力，希望游戏丰富一点、有内涵一点、复杂一点、可玩点多一点等，这就好比希望一个美女会高等数学，还能写诗，做得一手好菜，又能撰写合同，还会琴棋书画……

网络游戏就是一种消遣工具，在没有网络游戏之前，闲散少年和待业青年的消遣工具是什么？打群架、泡妹子、看录像、抽烟、闲逛，自打网络游戏出现后，大城市中这些现象明显少了，不得不说是网络游戏的功劳，也算为和谐

社会出了一把力。毕竟，玩网络游戏就算出事也是自己出事，其他这些可都是要拉上他人或公物作为垫背的。

6.9 游戏开发的陷阱

这里要跟大家讲述的，是关于失败的一些例子，游戏开发的失败率是非常高的，导致失败的原因也多种多样，但是除了少数决定性因素以外，多数失败是可以避免的。

开发失败的终极是开发无法进行下去而中止。比如公司倒闭、开发资金不足、公司高层出于战略发展考虑停掉一个项目等，这些属于外部原因，不是开发部门所能决定的。

另外一种非常常见的原因就是用错人。把不适当的人放在不适当的位置上、没能力的人站在中央当主角、有能力的人站在后面跑龙套等，这种原因是半内半外的，在多数正常公司中，任何一个开发人员都可以对公司用人提出质疑，尤其是制作人，他可以在相当程度上拥有人事任免权利。一旦发生用人不当的现象，只要每个开发人员都抱有基本的责任感，积极向上反映问题，多数情况下是能够得到圆满解决的。当然，万一遇到颀顽昏庸或者别有目的的中高层不肯听取意见，便已经注定了这个游戏的失败，作为开发一员的您，还是三十六计走为上，毕竟游戏开发的黄金岁月只有二十年，最多只能出十几、二十款游戏，为一个烂人、烂公司、烂游戏浪费一两年的青春不值得，自己的名字和一个烂游戏挂钩也是毕生的耻辱。

导致游戏开发失败的其他原因都属于开发团队内部原因。这就是我们下面要具体论述的问题。及时发现它们，尽快采取解决应对措施，避免更大的损失，以保证游戏开发顺利进行。

6.9.1 做自己喜欢的游戏

做自己喜欢的游戏，是很多开发小组和小公司最常踏入的陷阱。喜欢《星际争霸》就做即时战略；喜欢《反恐精英》，就照方抓药也来一个警匪枪战；喜欢《仙剑奇侠传》，也搞出个一男三女武侠恋爱奇情大悲剧。总之一句话，我喜欢玩什么就做什么，知之者不如好之者嘛！至于玩家口味，我都喜欢玩，玩家能不喜欢玩吗？而且，上面那几个游戏不都是很受欢迎的吗？秃头跟着月亮走，沾光！向最好的学，准没错！小学时班主任老师就常常这样教导我们。

是没错，人家花 100 万元买辆崭新的高端奔驰，您花 3 万元在二手车市场

买了辆十手的即将报废的奔驰，都是奔驰没错，可开起来的感觉就大不一样了。看看人家游戏的制作群有多少人，估计一下时间，算算花了多少人月多少钱，再看看自家资金。打开搜索引擎，看看人家游戏的主创人员有多少年的经验，有多大的名气，再看看自家团队。现在不是亩产万斤的大跃进时代了，想要用小米加步枪硬拼飞机大炮又没有人海战术，怎么可能胜利？

就说即时战略，这可是常玩常卖的类型，算算除掉前三名的游戏，第四名又有几个人在玩，第十名又有几个人在玩。算算咱自家的产品，是能进前三名呢，还是能进前十名，能卖多少套，能回本吗？如果不能赚钱，喜欢归喜欢，开发还是要放一放。

小团队新公司面对的是整个成熟的市场和几大游戏巨头的竞争，人家资金雄厚，技术先进，硬拼是拼不过的，必须采取迂回战术。扪心自问，盘点一下自己的优势到底是什么，握有特别好的 IP？熟悉三四线城市的屌丝市场？在技术或艺术上有独创性？在海外市场有竞争力？有特别好的平台或合作资源？……总之，知己知彼，才能百战不殆。但如果亦步亦趋地跟在别人后面，只能活在别人的阴影中，永远不可能取得成功。

6.9.2 走失在创意的迷宫

半吊子的所谓游戏开发爱好者们，最喜欢批评国产游戏没有创意，张口“您看某国的某某某游戏，人家多有创意”？闭口“您看咱们的某某某游戏，这个地方是抄某某的，另一个地方是抄某某的”。其实，游戏发展到今天，很多系统已经成形，很难有太多创新了。即使被公认为近年来的比较创新的音乐游戏、塔防游戏等游戏模式，也能在一些早期游戏中找到本源。

重要的是，有资格评判某个游戏是否抄袭，应该是玩过足够多游戏的人，至少要玩过上千款游戏，才有资格对别人是否模仿说长道短，否则不过是一孔之见，除了能证明自己孤陋寡闻之外没有任何意义。开发者不要被那些看过几本攻略便妄自品评的人的意见所左右，不要让自己陷入祖孙骑驴的窘境。

游戏是给玩家玩的，玩家要通过玩游戏获得什么，我们就应该给玩家什么——快乐、感动、刺激、游戏性等，游戏不是“饕餮之夜”，玩家并没有期望从游戏中获得创意，因此，游戏开发也没有必要一定以创意做前提。

纵观游戏历史，有多少有创意的作品被埋没，那些叫好不叫座的作品只是冰山一角，在水面下，在排行榜 20~100 名的位置上，有多少游戏默默闪耀着创意的光辉而不为人知，它们寂寞得连一声喝彩也听不到。以日本的 Falcom 公司为例，人们熟悉《伊苏》、熟悉《英雄传说》系列，但是名气比它们小得多

的《魔幻精灵》和《莫拿王国的战斗传说》系列却是更有创意的（图 6-1）。

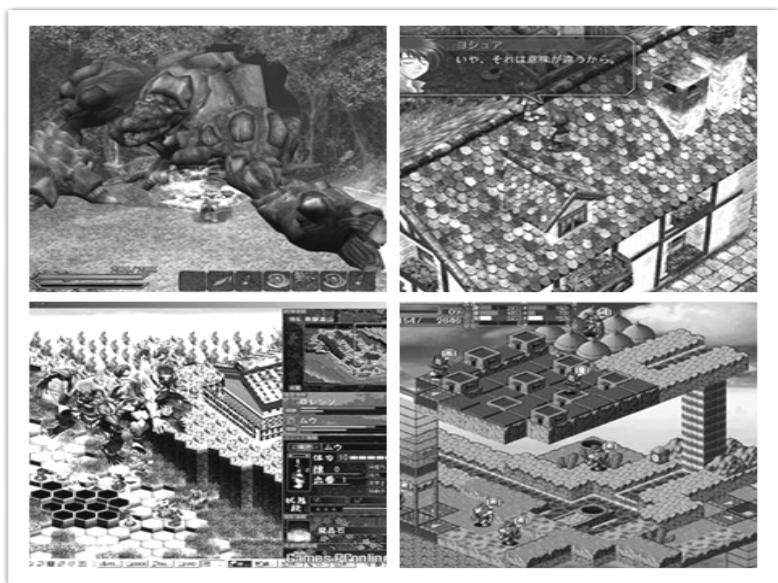


图 6-1 左上到右下分别是《伊苏 VI》、《英雄传说 VI——空之轨迹》、《魔幻精灵》、《莫拿王国的战斗传说》游戏截图

国产游戏也是一样，还有几个人记得《大唐诗录》，又有几个人玩过《仙剑客栈》（图 6-2），这些游戏都是自出机杼的作品，在国产游戏中可说是创意之作，但是销量却都不算很高。



图 6-2 从左到右，分别是《大唐诗录》和《仙剑客栈》游戏截图

某个游戏的某个系统比较有趣，也符合我们游戏要求，不妨拿来改头换面上，只要从内容到表现各个方面契合，只要做出足够的水准，没有什么不可

以的。游戏如同时装设计，万变不离其宗，上衣永远是两个袖子，把袖子创意成三个四个不是不可以，但是未必受欢迎。风水轮流转，今天看来有趣的创意，也许和十年前某个没有名气的游戏类同。就设计者而言，也许参考了那个游戏，也许英雄所见略同。在玩家看来，只是新鲜有趣好玩罢了。保留老祖母的时装，也许它就是下一季的流行，对于游戏设计者来说，应该多接触各种各样的游戏，为自己建立一个“创意”宝库。

不要试图做别人没有做过的游戏，世界上也不存在独一无二的优秀创意。这么多年，这么多著名设计师，各有所长的他们，不会是没有想到，而是不能做。路边的李，始终是苦涩的，突发奇想的创意，多半并不可行。跳出创意的巢窠，眼前才是无限宽广的新天地。

6.9.3 不熟悉的题材在招手

很多玩家会抱怨，国产游戏为什么很少做赛车类的，也比较少体育类的，好的冒险游戏也不多，现实题材的游戏更少……作为开发者头脑一定要清醒，不要像发现新大陆一样觉得找到了潜在的市场和用户。《极品飞车》或《GT赛车》的铁杆玩家并不是赛车游戏搜集狂，而《FIFA》、《实况足球》的忠实拥趸也未必会对一款中超足球游戏动心。即便这些超级大作的市场状况绝佳，也要多问自己一句，有没有金刚钻，能不能揽下这个瓷器活。

做大家熟悉的题材，无论是策划还是美术，可以省下很多磨合时间，能很快进入状态，出现问题，也有更多的知识积累去解决。

最简单的例子就是，如果游戏中需要一部电话，而美术不记得电话按键排列了，只要转个头，看一下办公桌上的电话就好了。但如果要描绘的是宇宙飞船的仪表盘，就只能上网搜集各种图片做参考了，总不能打个电话问杨立伟吧？在日本，很多漫画家的新人作都是校园题材的，这是同样的道理。虽然画鬼容易画人难，但描绘身边的事情总有一些可以参考的东西，毕竟比凭空想象容易得多。

商业发展上有“不熟不做”的讲究，游戏开发也是如此。做不熟悉的题材，困难和风险比想象中的大得多，即使再有兴趣，再有热情，也要做冷静客观的评估。毕竟，让没有驾驶过飞机的人做模拟飞行游戏太勉强了，即使搜集了大量资料，有些细微的感觉不是亲身体验是不会得到的。

作为中国游戏开发者而言，最好也不要去做碰不熟悉的文化，尤其避免跑过两次团就想做西方奇幻题材的游戏。文化是人与周围环境组成的一种氛围，是多年的历史积淀，没有置身其中，没有多年浸淫，是不可能体会到各种真味的。

外国人看中国文化是如此，我们看西方文化也是如此，你怎么吐槽《图兰朵》的，西方人就会怎么吐槽你的西方奇幻游戏。中国人勉强去做西方奇幻题材的游戏，做出来的东西只能是中国人不喜欢，外国人觉得太浅薄的四不像。

题材的选择，可以多参考影视剧和舞台剧，看他们如何选择，最终市场状况如何，作为风向标，在一定程度上可以作为做游戏决策的参考。

6.9.4 想进所有的天堂，却下了所有的地狱

我的一个赌徒朋友怕死，枕着枕头念《圣经》，枕头下又偷放着《大悲咒》。一天他死了——他想押所有的天堂，大概反倒是下了所有的地狱！

——李敖

经常会听到一些游戏开发爱好者有这样的高论，如果我来做游戏，我一定要整合《最终幻想》的画面，《勇者斗恶龙》的职业系统，《暗黑破坏神》的战斗系统，《龙与地下城》的属性系统，做出一款超级游戏来，这有什么困难吗？前人已经为我们提供了最好的范本，只要模仿就可以了。现在的游戏开发者都是白痴，连模仿都不会吗？——诚然，这些游戏的这些部分都不错，但是把它们放在一个游戏里，这个游戏就一定是好游戏吗？

一个人，如果想进所有的天堂，去信奉所有的宗教，这些宗教也一定会给他同样数量的地狱，他能进的天堂数量增加了，但是进天堂概率还是 50%。一个人，花同样的钱，买一种类型的彩票，和买多种类型的彩票，中奖的概率是差不多的，因为他的投入是一样的。设计一个全新的游戏，和整合多个游戏的优点制作一个游戏，两者的成功率均等，但是，后者的难度却增加。

正如同把所有的美味放在一个锅子中煮未必好吃一样，把所有的优秀系统放在一个游戏中也未必一定好玩。游戏性不仅仅取决于系统的有趣，更重要的是它的节奏性对玩家情绪的调动。更多不同风格的系统放在一起，就更需要高手去平衡它们，才有可能达到完美的境地。这不是一般水平的开发者能够驾驭的，佛跳墙好吃，但是要经过三天三夜的烹调，而龙虾刺身也不错，半个小时的料理就能吃到嘴里，难度的对比是显而易见的。对于不是特别有实力的开发团队来说，轻易尝试佛跳墙几乎等于失败，而对于实力强大的团队，他们根本不屑去做那种集大成的游戏，他们更在乎自己的特色。

此外，有些游戏系统天生就是互相排斥的，根本不可能放在一个游戏里。而一个优秀的大作，其中每个游戏系统之间都有着密不可分的关联性，强行将其中一个拆卸下来是很困难的，也会丧失掉很多东西。美女的脸只有放在美女脖子上才能因生机而美丽，切下来接在自己脖子上只能成为怪物。世上没有简

捷的天堂路，缔造一个嫁接美女要比选美困难得多，这一点希望每个初入行的人都能想清楚。

6.9.5 我有一个很好的想法

“我有一个很好的想法……”这句话在游戏开发过程中经常能听到。这种声音出现在游戏前期是个福音，常常会产生柳暗花明的效果。但这种声音一旦在游戏中后期发出，通常会演变为一场灾难。如果说话者人微言轻，或者只是说说而已，还算万幸。如果是项目核心人员或主管经常如此一拍脑袋就是一个主意，那么灾难就会不断发生。

项目的任何时候都需要创意。但是这些创意是否一定要体现在当前项目中是需要进行评估的。即使在开发前期最需要创意的时候，也并不是所有的创意都适合当前项目。一个游戏绝对不是创意的堆砌，完整和平衡是更为重要的，因此，适当地取舍最为关键。到了项目中后期，由于程序、美术工作已经铺开，任何一个想法的加入都会产生牵一发而动全身的效果。这时无论是加入怎样优秀的创意，都要慎重再慎重。

首要的判断标准是这个创意的加入是否能提升游戏性？是否能提升游戏吸引力？是否能提升美誉度？更为直接的判断标准就是它是否能增加收入？如果答案是肯定的，便可以进行下一步评估，如果答案是否定的，就到此为止，不要继续下去了。在答案是肯定的基础上，进一步确定改动需要的成本，这个成本可以用工作量来表示，策划、美术、程序各需要增加多少天工作量，这些成本和我们预期的效果相比，是否相称？

改动带来的收入（预估增加收入）/工作增量（新增工作天）=改动效益

项目预估收入/项目总工作量（总工作天）=项目效益

改动效益必须大于项目效益，改动才是有效的，越到后期，改动效益应越大。当这一步确定后，还需要评估改动可能带来的风险和负面作用，所谓风险，一般取决于改动的技术难度，难度越大，改动越不容易成功，则风险就越大。这部分必须进行深入而详细的评估，因为风险一旦发生，不仅导致新增工作量作废，而且可能导致其他配合改动的部分重新修正，将整个项目拉回到正常轨道所需要的成本常常大大超出想象。

至于负面作用，更是会像大树的根系一样深插入项目的每个部分，一个改动可能影响到游戏的 N 个部分，而这 N 个部分的变动则可能影响到 $N \times N$ 个部分。经过以上的评估走到这一步，务必要先解决这一系列问题之后才能着手实施改动。在解决问题的时候切记一个原则——不要试图用其他改动来解决新产

生的问题，那样只能使问题的数量无限扩大。我们只能从最初的那个创意出发，修改它的细节，使它尽可能少产生负面影响，当这个最初创意无论怎样修改，也不可避免产生大量负面影响的时候，我们唯一能做的就是放弃。

总之“我有一个想法”说来容易，真正能应用到项目中需要一个复杂的过程。很多有经验的程序在谈到策划的时候，总是不约而同地对那些不断改变设计的策划深恶痛绝。策划有着提升游戏品质的理由，程序无法拒绝，但是程序们更希望策划从一开始就做到更好，而不是不断修修补补，每一次的修改，都会导致程序一部分工作的浪费，而不断的浪费，对于士气则是致命的打击。不断变动对于策划来说，绝对是一个坏习惯，它会让策划逐渐忽视前期整体规划，而直接进入细节，导致整个游戏失败。

6.10 游戏策划的自我修养

写下这样的题目，倒不是因为周星驰的《喜剧之王》，也不是要跟斯坦尼斯拉夫斯基 PK 的意思，其实斯坦尼斯拉夫斯基书未成而身先死，倒是挺不吉利的。

《演员的自我修养》是本好书，而且不仅仅是关于表演艺术的，更多的是关于心理学和哲学的，说到底，艺术是共通的，其实这本书对游戏从业者也是有指导作用的。

话说回来，之所以写游戏策划的自我修养，因为之前讨论过“好策划是天生的，还是培养出来的？如何培养出优秀的策划？”相信这是困扰很多公司的问题。个人看法，策划如演员，半是天赋，半是努力，有些人，注定是适合做策划的，而有些人不是。这跟专业、学历等关系不大，关键是人本身的素质。

下面写写我个人对于策划自身素质的一些认识。很多游戏行业的投资人、公司老板或者是其他高层，都爱以策划自居，都爱干涉策划的工作，那么就来看看你适不适合做一名策划吧！很多人也希望成为独立游戏开发者，那样的话，估计也要兼任策划，了解一点策划的标准也没错。

6.10.1 玩游戏

先不要看到标题就“呵呵”，简单的真理也是真理啊！

大概这世界上没有没吃过饭的厨师，也没有没看过电影的导演，但是就是没有玩过游戏的策划。说完全没玩过游戏或许有点冤枉，但是只玩过一款游戏就当策划的人，我真的见过，而且不止一个。

策划必须玩游戏，这是业界公认的，但是怎么玩也有讲究。

首先要深。一般大型游戏，不玩个几十、上百小时，是很难了解到它的精髓的。就算是小型的手机游戏，也要数个小时才算完通透。

其次要钱。如果你自己从来都不为游戏付费，从来都是只玩免费游戏，那你设计出来的游戏，凭什么吸引玩家付费？如果你只玩盗版，从不为正版付钱，凭什么要求玩家买你的正版？在自己开发的网络游戏中，只充过6元钱的主策划，我也见过。

再次要广。一生只玩一两款游戏，或者只玩一两个类型的游戏是不行的，要兼容并蓄，各种类型的游戏都要接触才行，如果不能都玩得很深，起码也要花点时间了解一下。

最后要新。游戏业是个日新月异的行业，任何一种新游戏设备的出现都要去摸摸，任何一款爆得大名的新游戏都要下来看看，就算你很讨厌这款游戏也必须如此。跟不上产业发展的策划可不是好策划。

所以，我特别不推崇那种沉迷在一款游戏中不能自拔的策划，这样的策划，无论设计什么系统，都不可避免地带上那款游戏的烙印，无论是否适合当前的项目。

所以，我特别反对游戏公司无节制地加班，你早上在工作，中午在工作，晚上还在工作，那你什么时间去玩游戏呢？你不玩游戏的话，怎么能跟上产业发展的脚步呢？这个问题，同样留给那些制定每周“10小时×6天”工作时间的老板去思考。

所以，我也特别不喜欢那种洗脑洗得很厉害的公司，大家玩同一款游戏，排斥另类的、有个性的员工，甚至只喜欢招应届生自己培养，很少聘用在其他企业有经验的员工。久而久之，大家价值观趋同，不仅扼杀了创意，也会造成自己走偏而不自知。

大家真别觉得“玩游戏”这个要求简单，我真见过有的主策划或制作人，连自己开发的游戏都没有完整玩过一遍。

6.10.2 智力

什么人才能做策划？有些人以为文笔好就可以做策划，有些人以为游戏玩得多就可以做策划，还有些人能写稿子、会做测试、能规划数据，就觉得离策划不远了。这些都对，但是还有一点，是很多人没想到的，就是策划要有很高的智力水平。

对于这一点，可能很多人会嗤之以鼻，没有人觉得自己智力不足，但是我可以客观地告诉大家，并不是握着大学毕业证，就代表智力一定超群，能通过

智力这一关的。

智力包括观察力、记忆力、想象力、思维力、注意力等诸多方面，其中对于游戏策划来说最重点和最基本的是观察力、记忆力和思维力。想当策划吗？那就快来就这三个方面做一个自我检查吧！

观察力：

一个很简单的测试，找一本外文游戏杂志，选取一张不仅没有玩过而且也没有听说过的游戏的截图，看十分钟，试着说出以下内容：游戏类型、题材、世界观、基本操作和玩法、画面上所有按钮的功能，如果可能的话，可以加上游戏的主要卖点、重大缺陷、销售状况和市场评价，如果是 3D 游戏，还可以估计一下它的配置。然后，找到这个游戏玩一玩，或者看看攻略，看说对了哪些，准确率有没有达到 60%？或者，从 App Store 的随便哪个国家排行榜上找个游戏来自我测试也是一样的。只看 ICON 和那 5 张截图，看能不能猜个八九不离十。

记忆力：

回想你最近玩过看过的、印象非常深刻的一款游戏或动画或电影，用文字描述一下主角的外貌吧！身材、五官、身体任何一个部位的颜色和造型，服饰的颜色、材料、造型和结构、动作、表情。能写出上千字，没有遗漏任何细节才算及格。

思维力：

找一个自己熟悉的游戏，写出它在设计上最失败的一个地方，然后，为设计者找至少 10 个必须这样设计的理由（注意！不是脑筋急转弯式的理由，而是真正能拿上台面的理由）。接下来，再想 10 个修正这个失败设计的方案，考虑每个方案可能带来的负面后果，再想解决方案，这个游戏可以一直玩下去。可能的话，和游戏设计者沟通一下，或者询问资深策划人员，印证自己的想法看是否正确。

6.10.3 说人话

昨几个到贵司面试。环境甚是怡人，私心想若是能在此任职定是极好的。奈何 BOSS 言再议，等了一日。方才惊觉也是时候有消息了。然而手机未有任何动静。心下想来，罢了！定是被无言地拒绝了。但若是晚个一日有消息。倒也不负恩泽……说人话：我是不是被淘汰了啊！

——《甄嬛体》百度百科

看到这个题目，可能又有人要吐槽了，人话，谁不会啊！

但是，真的吗？你确定你说出来的或者写出来的，是其他人能听懂看懂的、并且乐于接受不会排斥的、明晰晓畅的人话？

美术的武器是图片，程序的武器是代码，策划的武器就是文案了。策划的一切思想和设计，都需要通过文字传达出来，传达给团队每一个人，传达给公司高层领导，也传达给玩家。如果策划不具备基本的文案能力，写不出条理清晰、文字清楚的文案，那肯定是不合格的。

策划在“人话”方面的短板，通常表现在几个方面。

又臭又长：

我看到过业内不少项目的策划案，有相当一部分存在着这个问题，明明两页纸就能说完的系统，非要写上二十页纸，其中自然存在着大量的重复内容，譬如说叙述两个职业的技能，初期技能是一致的，可以合并叙述，但是他非要剪切复制制到两个段落中，这样一来，字数有了，工作量也有了，可以拿去糊弄上司了。可是一旦需要修改，经常会修改了一处忘了修改另一处，造成很大混乱。

逻辑不清：

这个毛病，很多策划都有，至少大部分程序都是这么认为的（哎呀，看这本书的程序们，我说到你们心坎上了吧！）。策划案写完之后，尝试着使用理科生思维，站在程序实现的角度上去审视一遍是很有必要的，如果觉得有问题，就要及时调整。脑图或者流程图一类的工具，也是有助于理清逻辑的。

词不达意：

请允许我为这样的策划的语文老师点一支蜡烛。如果你的中文水平不能保证你能写出通顺的，符合大学毕业论文水平的，或者说符合杂志发表水平的文案，那么我还是建议你改行吧！

口交达人：

千万不要误会，这不是什么限制级的书，“口交”说的是口头交流。口头交流的意思就是策划不写策划案，或者策划案极端简略，什么都说不清楚，程序或者美术有了疑问怎么办？招呼一声，他会乐颠颠地跑过去，口沫横飞地加以说明，这，就是“口交”。

可惜，口交的内容，常常是拍脑门的想法，这次和下次肯定不同；而且大家对语言的理解也不同，策划说的是甲，程序理解的是乙，没有白纸黑字作证，就等着扯皮吧！我真听说过有游戏公司，程序只要和策划交流，就开着录音笔的事情呢！

6.10.4 共情

共情（Empathy），也称为神入、同理心，又译作移情、同感、同理心、投情等。指的是一种能深入他人主观世界，了解其感受的能力。

——百度百科

共情对于这些行业是非常重要的：

- 直接与人打交道的行业：医生、教师、销售人员等。
- 文化创意产业。

总结起来，就是直指人心的行业或职业，特别需要共情。

关怀一个人，必须能够了解他及他的世界，就好像我就是他，我必须能够好像用他的眼看他的世界及他自己一样，而不能把他看成物品一样从外面去审核、观察，必须能与他同在他的世界里，并进入他的世界，从内部去体会他的生活方式，以及他的目标与方向。

聆听、感受、接纳与尊重，诱导对方体察内心深处模糊的感觉，将自己带入对方的内心——有点像演员在塑造角色，策划要抛弃自己，并将自己塑造为核心玩家。

杀人狂是没有共情的，他们将他人视为物体，自恋狂也是没有共情的，他们根本就无视他人。要警惕不要成为那种“做我自己喜欢的游戏”，无视用户需求的自恋狂策划。没有共情的策划做出来的游戏产品，总是跟玩家隔着一层，他不爱玩家，玩家当然也不爱他的游戏。

训练共情最简单的方式，就是找个个性、思想、价值观和自己差距很大的女（男）朋友啦！尝试着去理解他，会让你的共情指数大大提升哦！

6.10.5 多线程

美国东方航空公司的一个机长，在飞行过程中，发现指示灯不亮了，他请副驾驶一同检查，又叫上值班机械师，三人全神贯注检查了很久……完全没有注意到飞机处于无人驾驶状态，并且高度逐渐下降。突然，机长意识到这一点，他大声喊道：“这到底是怎么回事？”这是他在人世间留下的最后一句话……5秒之后，飞机坠毁，机上99人全部遇难，而造成这一事故的原因，只是一个价值12美元的指示灯。这类事故被称为“可控飞行撞地”。47%的空中事故和一半的空难事故和“可控飞行撞地”有关。

机长是单线程且认真的人，他全神贯注地去检查指示灯的问题，却忘了自己的职责是驾驶飞机安全抵达。当然这个“多线程”只是一个比喻，跟技术意义上的多线程还是有区别的。

人脑从本质上而言，还是单线程的，所谓的多线程只是说可以在很多任务之间流畅地切来切去而已。打个比方说，就是你在仰望星空、关心国家命运的时候，会同时想起物业费还没有交，丈母娘还在住院以及今天晚上世界杯的比分问题……当然更不要忘了，此时你在18层高楼顶上修理霓虹灯，修好它并

且注意安全才是第一要务。

我们看到“可控飞行撞地”有如此之高的比例，就可以知道，至少一半人的大脑，是不善于处理“多线程”的，这样的人，有他们适合的工作，但绝对不是游戏策划。

游戏策划就像治理国家，要从大局考虑问题，最忌讳针对一个问题钻下去，一直钻到牛角尖也不罢休，其他所有重大问题统统丢在脑后，最后整个项目，就变成了灾难性的“可控飞行撞地”了。

多线程的策划开发出的游戏，就算不是个大美人，至少有个人形，而单线程的策划开发出的游戏，就像某些抽象派画作，也许很美，但是不成人形，倒是可惜了好眉好眼。

6.10.6 搜商

说到搜商，绝不是要给百度、谷歌做软广告，只是借用这个名词，来说明策划应具备的一种能力。

我给搜商下一个简单的定义，那就是：迅速而准确获得知识的能力。在当前网络社会，这种获取通常需要通过搜索引擎，但是也不一定完全依赖搜索引擎。

在 20 世纪，中国为数不多的游戏公司，每每喜欢在策划的招聘启事中加上这么一条：“知识面广”。那个时候，搜索引擎还未普及。

“知识面广”与“搜商”，其实是一个意思，就是要求策划在工作中，当需要某方面的知识或资料的时候，能够迅速获得，不管你搜刮枯肠也好，去图书馆也好，问朋友也好，上网查也好……总之你作为策划，就是要负责告诉团队，是什么，什么样，怎么做，包括游戏当中涉及的方方面面的内容，也包括美术音乐的范例，包括可参考的游戏，也包括一些实用的工具等。

获取这些，首先要迅速，项目不等人。其次要准确，在这个信息爆炸的时代，面对网络上良莠不齐的内容，你必须要有分辨对错的慧眼才行。在海量的资讯中迅速找到自己想要的资料，迅速对资料的真伪、重要性做出判断，迅速消化、吸收、整合这些资料让它可以为我所用，这就是搜商。

可能看到此的每个人，都会觉得，这算什么啊？用搜索引擎谁不会啊？是呀，跑步谁都会的，但是世界冠军又有几人，全国冠军又有几人呢？就算是跑完一个半程马拉松，能做到的人比例也不高吧？

搜索引擎和 Excel 一样，都是易学难精、博大精深的东西，不信，你就好好钻研一下吧！如果你连“高级搜索”那个小链接都没点开过的话，真的要加油啦！

6.10.7 视域

视域，从生理学上解释，是视野范围，在哲学上的解释，则是一个人在其中进行领会或理解的构架或视野。每个人作为一个历史的存在者都处于某个传统和文化之中，并因此而居于某个视域之中。一个视域就是一个人的生活世界。人类对世界不可能有纯客观的、与人的视域无关的理解。简单一点说，就是你关注了什么、你了解了什么。

还是先讲一个故事：

有这样一个心理学实验，首先让人们评价自己是幸运的，还是不幸的。然后每人发一张报纸，请他们仔细看过后告诉实验者里面共有几张照片。其实，在报纸的中间部位，用半版的篇幅和超大的字体写了这么一句话：“如果你告诉研究人员看到了这句话，就能为自己赢得 100 英镑！”

有些人完全把心思花在了清点照片的数量上，所以并没有发现这个赚钱的机会。与此相反，那些幸运儿显得非常放松，所以看到了报纸中间的大字，从而为自己赢得了 100 英镑。这个简单的实验表明，幸运的人总能够把握意想不到的机会，从而为自己带来好运。

这个实验中，那些不幸的人，就是视域狭窄的人，而那些幸运的人，则是视域广阔的人。

游戏行业有很多宅男宅女。通常意义上，老板也好，主管也好，玩家也好，甚至他们自己也好，都认为宅一点是更适合做游戏的。也许宅一点更好管理，也会更痴迷游戏，但是作为策划，太宅的并不是好事。通常“宅”同时也意味着视域狭窄，除了动漫游之外，其他的東西一概不关注，你游戏中出现的東西，都是在这个领域中被别人反复咀嚼过的東西，不会有什么新意。网络游戏中很多人与人互动的系统，太宅的策划通常把握不好，不是太过，就是不足。过于“宅”的策划，通常能力也比较单一，只擅长做某一类型或题材的游戏，不够全面。

我很反对那种所谓的封闭开发：把一群人关在一个乡下别墅里，吃住都在一起，每天工作 12 小时，不与外界接触。诚然，这样的开发效率会很高，但是会有视域狭窄的问题出现，整个团队的研究有可能偏离正常的轨道而不自知。不知有汉何论魏晋，全然不了解外面的世界中，整个产业日新月异的发展。

广阔的视域，可以让人的设计流动起来，活泼起来，整个系统也会更完整丰满，并且会在不经意处，显露出一些小小亮点，而狭窄的视域，则让人流于平庸平淡，甚至干瘪无趣。

如何拓展视域呢？一个简单的方法，就像韩寒所说的那样，每月买一本杂志看，每次买不同的杂志，这是拓展视域最简单的方法了！

第7章

游戏是个大金矿

当谈到创造力和新发明时，美国 and 欧洲仍然是非常强劲的。但是当谈到在游戏上创造财富的科学时，中国至少领先了 18 个月至两年。

——美国互动艺术与科学研究院院长 Martin Rae

在 20 世纪，游戏不怎么赚钱。好一点的游戏，除了能收回成本之外，利润勉强能支撑下一款项目的研发，差的干脆就是赔钱。那时候，所有进入游戏行业的人，上到老板，下到职员，都是怀抱梦想而来，只为小赚不赔而努力。对游戏的爱和使命感支撑着我们这群人，开拓出中国游戏产业的雏形。要有自己的游戏，要能持续做下去，要弘扬中国文化……在电脑市场占有率偏低、盗版横行的年代，我们一步步这样走来。每卖出去一张正版光盘，背后是几十甚至上百张盗版光盘的销量。那时候，衡量一个游戏是否受欢迎，有一个奇葩的标准，就是“正版盗版销量比”，这个比值越小，也就是盗版数量越多，说明这个游戏越好。

中国游戏产业，就是这样艰难地走过 20 世纪，进入了新世纪。随着网络的普及，网络游戏兴起了，游戏业终于苦尽甘来，找到了属于自己的大金矿。一时间，客户端网络游戏催生了多少上市公司：盛大、九城、完美、巨人……“做网络游戏很挣钱”与“网络游戏是电子海洛因”这两个概念同时冲击着人们的大脑，游戏从非主流变成了主流，一传十，十传百，再也没有人不知道游戏是什么。

十年人事几番新。走过了新世纪的第一个十年，游戏产业的格局又发生了深刻的变化，客户端网络游戏、网页游戏、手游、社交游戏、还有单机游戏和

桌游，都发展得如火如荼，游戏产业进入了战国时代。大文化产业的格局开始显现，一个文化产品，可以同时是小说，影视，戏剧，广播剧，游戏……而游戏，在这种文化整合中起到了不可忽视的作用。

从 2013 年下半年到 2014 年，新一波的游戏公司上市热潮开始掀起，上亿元的收购与并购案层出不穷，月收入上千万元的手游，一个接一个地涌现，做电商的、做教育的、做医学的、做传媒的……不约而同地把手伸向了游戏。

游戏这个大金矿，还有丰富的储量可以开采。

7.1 无本万利的虚拟商品

单机游戏和桌游是实体商品，你付了钱，可以得到一件货物：几张光盘或者一盒卡片。

网络游戏是虚拟商品，你付了钱，得到的是游戏中的一些图片和数字，一旦服务器关闭，它们将不复存在。

很多没玩过网络游戏的人，可能难以想象，为什么会有那么多人，在这些如梦幻泡影的虚拟商品上一掷千金？如果我们穿越回 1970 年，告诉那个时代的中国人，20 年后，仅仅把白水放在瓶子里，就可以卖出比汽水还贵的价钱，他们一定会说你疯了，这根本不会有人买。

在 1977 年前，中国唯一的瓶装矿泉水是青岛崂山牌天然矿泉水，年产量仅 1000 吨左右，价格昂贵，几乎无人问津。到了 20 世纪 90 年代，瓶装水的生产线被从年产量万吨以上的大厂商飞速地复制到一个个乡镇的小作坊，瓶装水业进入了“大炼钢铁”式的膨胀期。到 20 世纪 90 年代末，中国瓶装水已经是一个超过 30 亿元的大市场。而发展到今天，中国已跃然成为世界瓶装水消费的第三大国。

改变一个消费习惯，只需要短短二十年。瓶装水如此，虚拟商品也是同样。

我们先来看一下中国两个最著名的网站给虚拟商品所下的定义吧。

淘宝给虚拟商品的定义是这样的：无邮费，无实物性质，通过数字或字符发送的商品。

百度给虚拟商品的定义是这样的：通过数字或者字符发送的商品，这些商品不需要物流，无实物性质。

总结起来，虚拟商品有以下三大特征：无实体、可传递、有价值。

虚拟商品的种类繁多，包括：

- 网络游戏点卡、QQ 号码、Q 币等。
- 移动、联通、电信充值卡等。
- IP 卡、网络电话、软件序列号等。
- 网店装修、图片储存空间、网络服务等。

还有最重要的一类，就是网络游戏相关的虚拟商品啦！

其实，早在互联网还没有诞生以前，虚拟商品就已经存在了几千年了。例如算命、算卦或取名、合婚。你付了钱，找算命先生帮你算了一个命，你没有拿到任何实质性的物品，只是从算命先生口中听到了一些信息，这些信息不是实体化的，但是它可以传递，拥有价值，难道不是虚拟商品吗？其他类似风水先生勘测点穴，也是同样的，那块地早已在那里，不是风水先生卖给你的，风水先生只是要告诉你，你应该去买哪块地而已。

所以说，虚拟商品并不是个新东西，但是，互联网出现之后，虚拟商品才真正走到大众的视野中，虚拟商品的市场规模才真正得以发展壮大。美国的虚拟商品市场在 2009 年开始火爆，整个市场规模比上一年翻了一番，达到 7 亿美元至 10 亿美元。事实上，亚洲的这一市场早在几年前便已经达到数十亿美元的规模。

我们再来看看虚拟商品和实体商品之间，有什么相同和不同的地方。

首先是生产环节。

由于实体商品具备货物实体，所以每一样货物都要实实在在地生产出来。而虚拟商品则是一旦开发完成，所谓的批量生产，就是简单复制。不需要原材料，生产成本低，生产周期短，产量也没有上限。如果把虚拟产品的研发成本计算为成本的话，边际成本（增加单位产量时，所需要追加的成本）几乎是 0。

再来看运输环节。

虚拟商品没有实体，当然不需要运输。而实体商品的运输成本就十分可观了，尤其在中国，物流成本占商品成本费用的比例相当高，有报道说：我国企业的直接生产成本只占总成本的 10%，物流成本则占总成本的 40%，发达国家仅为 10%。

接下来是库存环节。

库存成本指在存储在仓库里的货物所需成本，它还包括订货费、购买费、保管费等。虚拟商品没有实体，不需要库存，自然也没有这些费用，而实体商品无论怎样优化，也很难实现零库存。

最后一条是定制。

对于实体商品，定制商品的价格通常远高于批量生产的商品。而虚拟商品

则未必，绝大多数虚拟商品，都带有定制属性，可以较为灵活地满足客户的定制需求。

7.1.1 商品的心理附加价值

人们为什么愿意为看得见摸不着的虚拟商品付费？很大程度上是因为：人们购买商品，不仅仅购买的是商品本身，更购买了商品所携带的心理附加价值。

穷人需要低价格，富人喜欢低价格。

购买廉价商品，买来的不仅仅是商品，更是好感觉。穷人因为贫困，因此需要低价格。当穷人购买一件低价商品的时候，主要原因取决于商品本身的价值符合购买者的需求。但是富人为什么也乐于购买低价商品呢？他们并不缺钱啊！这是因为，富人买到的低价商品还能给他们带来好感觉：占到便宜？勤俭节约？有眼光？有时候，富人甚至不在意商品本身，而只是为了这种好感觉而购买。

理查德·怀斯曼做过这样一个实验。他首先购买了两样东西：一个价值 50 便士的铜制窗帘扣环和一个价值 2 英镑的铬合金吊灯拉绳。

然后拦住了一些人，请他们把铜环或吊灯拉绳放在手中，然后问他们是否感觉有什么异样。果然不出所料，没有人表示有什么不寻常的感觉。

接下来他又拦住了一些人，这一次告诉他们自己是一名心理学家，设计了两种让人感觉略有不同的物品。这一次人们纷纷表示自己隐约感觉到了某些奇怪的效应。有些人说这位心理学家设计的物品让他们感觉非常放松。另外一些人则说感觉手稍微有点麻麻的。当询问他们愿意花多少钱买这些物品时，他们预估的价格是 5~8 英镑之间。

接下来，实验者穿上了白大褂，并为铜环和吊灯拉绳分别购买了两个廉价的小盒子，并解释说自己设计的这两样物品能够给人带来奇妙的感觉。这一次，大家的反应变得更为激烈了。有一个人说铜环让他感觉很亢奋。另一个人则说铬合金的吊灯拉绳让他感觉到自己的双手好像获得了磁性，并开始互相吸引了。还有一名女士说感觉到好像有电流通过自己的双手。那么，现在人们愿意为 50 便士的铜环和 2 英镑的拉绳付多少钱呢？大家给出的估价已经上升到了 15~25 英镑！

看吧！仅仅是最简单的心理暗示，就给这两样商品分别提升了 30 和 13 倍的价值。在网络游戏中，提升虚拟商品的价值是如此简单，以至于我都有点懒得说明了。

举例来说，游戏中的任何一件装备，生产成本都是一样的，建模、贴图的

工序都一样，复杂程度也不会差太多，但是它们在商城中的售价，有可能相差上万倍。它们唯一的区别就是属性值不同，更高属性值的装备，自然就可以获得更高的定价。平心而论，这种价格还是依附于功能的。

而游戏中时装的定价，则完全依附于心理附加价值了。和装备一样，时装与时装之间的成本差异也是几乎为零的，而且在有些游戏中，它们不具有任何功能性，也就是没有属性值，只是好看而已，而时装与时装的定价差异，依然很大。这件更漂亮、这件更新、这件更稀有等因素决定了时装价格的差异，这种差异，几乎完全由心理附加价值决定的。

7.1.2 从卖时间到卖道具

早期的网络游戏，都是按照时间收费的，也就是你玩多长时间，就要交多少钱，这和去网吧上网差不多。当然也有包月的设计，这一点和很多实体商品与服务是一样的。譬如上网费用、健身或美容等。

后来，网络游戏的收费模式发生了变化，变为玩游戏免费，游戏中的道具收费了。也就是说，没有人强制你交钱，你只要愿意，可以一毛不拔地玩游戏，想玩多长时间就玩多长时间。这一举措大大增加了游戏用户的数量，同时，游戏公司的收入并没有减少，整个游戏产业的增速没有放缓。

直到今天，时间收费的网络游戏已经如凤毛麟角，仅余寥寥几款。绝大多数网络游戏都是道具收费的，这之中包括客户端网络游戏、网页游戏，也包括手游。可以说，中国在网络游戏的道具收费设计方面，已经领先于世界其他国家。

可能有些人不太理解，既然可以免费玩游戏，为什么还要花钱买道具呢？或者换过来说，既然让大家免费玩游戏，那么游戏公司还能挣到什么钱呢？

好吧！我还是从实体经济入手，深入浅出地解释一下这个问题吧！

7.1.2.1 公园收费的变化历程

北京有很多公园，早年间，公园门票的票价是以“毛”为单位的，真心不怎么赚钱。过了些年，公园门票跟着物价水涨船高长到以“元”为单位，还是怎么不赚钱。

后来有一阵子，各个公园都大兴土木搞建设，修建各种景园，另外收门票钱。十几、几十元地收，倒像是又收月费又卖道具，曾经风光过一阵子。后来用户看多了，学精了，也就不买账了。公园索性开始卖通票，就是一张票全园都能去，价格介于原来大门票价和大门票与景园票价之和之间，效果也好过一阵子。

现在则是多元化，世界遗产级的公园，门票上百元，每天还限制人数，照

样门庭若市。国内著名的公园，门票几十元，进去后大部分地方都能看，但是也有一些小服务、小设施另外要钱。还有一些公园，门票分成三六九等，譬如动物园，有最便宜的只能进大门，有能附带看熊猫的，有能附带去海洋馆的。

最没名气的公园，索性就全免费了。里面茶社，小卖部倒是很兴旺，小收费设施也有一些，维持倒也不成问题，这已经和游戏的道具收费很像了。

还有办活动，红叶节香山涨价，樱花节玉渊潭涨价，庙会、书市各有各办法，实在不成还可以红楼选秀。哈哈！大家看出一些什么端倪没？这不就是网络游戏运营吗？靠办活动拉人气，促充值，我们每天都在做啊！

现在很多免费游戏，商城中卖的都是必需品和半必需品，不交钱，你会很弱，被欺负，玩得不爽，玩不到一些东西，或者要多花很多时间精力才能玩到，这种收费，和公园收费其实差不多。你渴，你就不得不买 10 元一瓶的劣质矿泉水（有可能就是自来水），你冷，你就不得不租 100 元一晚上的肮脏军大衣。你累，你就不得不坐缆车、滑杆。而且，公园目前收费模式的种类，也跟网络游戏非常相似。

7.1.2.2 电影院的收费进化阶段

电影院貌似也差不多，没有电视的时候，人们的文化娱乐种类很单调，电影业风光得不行，票价不高也赚个盆满钵满。后来成本高了，想涨价了，电视出现了，门可罗雀了。很多电影院在里面开设台球厅、游戏厅赚钱。有段日子，想玩老街机，就去电影院，价格便宜量又足。这就相当于卖道具吧，生意还是 not bad……这情况，要搁游戏业，这产业估计完了，不过电影业挺抱团，又有国家扶持，守过寒冬，等待人们的消费观念可以接受几十元的票价，再加强基础设施建设，就活过来了。

电影院改造了一下，弄得比一般人家客厅高级些，至于价格，反正拼不过盗版，就定个天价，舆论一宣传，嘿！还真让人民群众养成了花百八十元去电影院黑地坐两个小时的习惯。虽然很多人扭头出来也不忘了买盗版，但是谁管呢，钱赚到了是真格的。价钱虽高，人家也没忘了卖道具的光荣传统，左边是哈根达斯，右边是 DQ，楼下赛百味，楼上必胜客。影院自己也买零食饮料，就一个字“贵”！

要我说，游戏业有电影业一半的锲而不舍，单机游戏也不能没落。人家能让你花几十元看 2 个小时电影，完后一边骂还一边美得屁颠儿屁颠儿的，咱们游戏业呢？玩家花几十元买个单机角色扮演游戏玩了 20 小时，还嫌不够长。说句题外话，其实电影业这一死一生，和单机游戏是很像的，最初受盗版冲击厉害，后来人们的正版意识强了，平均水准以上的单机游戏都能赚钱了，未来能

不能像电影业那样进一步繁荣昌盛，就看流入这行业的资金和人才是否充足了。

电影院卖道具，卖的都是奢侈品。2 个小时不喝饮料渴不死人；不吃爆米花，变形金刚也不会变成钢铁侠；在哈根达斯等开场，跟在影院门口等区别不大。电影院卖的所有道具，都无关乎电影本身，但是用户还是要买。就像有些免费网络游戏也有类似的道具出售，譬如单纯为了美观没有效用的服装、饰品，不改变属性的礼品道具等。

7.1.2.3 收费的终极形态

当然最强悍的收费就是垄断行业了。银行就不用说了，反正您的钱放人家那儿，人家什么时候想算计你点就算计你点。

通信行业的收费也是花样百出，什么月租费啦、双向收费啦、大小包月啦、套餐啦、预存话费送手机啦……无论您是什么消费习惯的用户，貌似总有一款适合您，其实内中暗藏陷阱，无非是让您在延续你自己消费习惯的基础上，更多地付出。

据说某些发达国家，水电煤等公共事业也这德性，一般人已经搞不清楚哪种收费模式更便宜了，要么找个财务顾问问问，可有时候财务顾问自己也搞不清楚；要么随便选一个，谁家号称优惠多，谁家的小礼物漂亮就选谁。收费收到这个境界，才是最高境界。

这种收费貌似细分用户，十分体贴，其实条款多多，搞得你晕头转向，最后只得投降，随便选一个宣传上貌似最优惠的安慰一下自己罢了。游戏收费要想进化到这一步，还有漫长的路要走。类似的，还有航空公司的优惠、信用卡优惠、税收优惠、保险业收费等收费方式，都是一般人一辈子都弄不清楚的。

到了通信行业这里，就指出了未来游戏收费的发展方向了。细分用户，对每一种用户都号称有量身打造的收费方式，这方面，仅仅有月卡和点卡两种是不够的。至于还有哪些模式是可以移植到游戏业来，等我弄明白这些高端大气上档次的产业收费模式再说（估计那时候我足以当财务顾问了）……总之，未来网络游戏收费绝不会越来越单纯，更不会一种模式一统天下。产品和收费模式的结合会越来越紧密，收费的模式会更加多样化，同时也会有更多的技巧让玩家容易接受，更痛快地付钱。

7.1.3 文字：一秒钟变高帅富

2012 年，我们公司开发过一款 3D 的以梭哈规则为基础的魔兽题材的棋牌游戏。在苹果应用商店面向全球免费推出。在中国地区使用中文版本，在世界其他地区使用英文版本。

一开始推出的时候，中文名叫《魔兽啪啪啪》，英文名叫《Card Heroes》。这个英文名很中规中矩，大方得体，比较符合英语语境，看上去也很像一个看上去很常见的英文游戏名字。但是推出市场后，我们发现，在所有的下载中，海外用户的下载比例只有 6.5%，而且这可怜的 6.5% 几乎全部集中在北美地区。

而后我们调整了这个项目的一些数值，换了一个名字推出。这一次中文名字改成《魔兽梭哈》，英文名改成了《A Big Card》。说实话，单从语法上而言，这个英文名字是个拙劣的，充满洋泾浜味道的名字，既不高雅，也没有文化。可是非常有趣的是，游戏中文版的下载量没有太大变化，但是海外下载量激增，比例达到 52.3%。更有趣的是，这一回我们的用户可以说遍及五大洲，全球几十个国家和地区都有下载。

《A Big Card》这个英文名字，简单有趣，每个人都能看懂，即使你的母语不是英语也没问题。这个名字简单归简单，但是通过名字，没有人知道这个游戏是什么样子的，这样就很容易引起人的好奇心，下载激增也在情理之中。

关键是，你要让非英语国家的人也能看懂你游戏的英文名字，这一点太重要了。起好英文名字，找个小学生来读一读，他能读出来，也明白大概意思，那就 OK 了！

有这样一个心理学实验，研究人员洛夫特斯请被试人看一段描述多辆汽车相撞的影片。看完后，其中一些被试人被问道，“当汽车被撞烂时，这些车的车速大概是多少？”另一些被试人被问及同样的问题，但是把“撞烂”一词替换成“撞上”。当使用“撞烂”而不是“撞上”问被试人时，他们估算出的车速更快；而且，这些人在一周后，他们更有可能错误地认为事故现场能见到破碎的玻璃。

仅仅一个词的不同，人们就改变了对一个事情的认知。

耶鲁大学客户检测中心进行了一个这样的实验：先让被试者解读一些句子，然后拿出两种糖强迫被试者必须选择一种购买，其中一种比较低档，价格 1.09 美元，另一种比较高档，价格 1.69 美元。当阅读的句子没有任何指向性的时候，73% 的人选择了便宜的糖果，而当阅读的句子包含如“歌剧”、“香槟”和“高雅”这类词的时候，80% 的人选择了高档而昂贵的糖果。

这说明文字对于人们消费选择的影响甚为巨大。换句话说，文字也具有价值。

木剑，是游戏中很常见的武器了，通常在武侠网络游戏中，木剑会作为玩家角色一出场的武器，没有什么攻击力，而且很快就会被换掉，但是，不同的描述方式，可以让这柄木剑作为角色 99 级甚至 999 级的武器，而且玩家绝对

不会产生违和感。

当木剑作为 1 级武器的时候，描述通常是这样的：“这是一把木制的剑，有雕花的护手和红色的剑穗。”

当木剑作为 99 级武器的时候，我们可以这样描述它：“这是剑术大师宫本武藏在去严流岛的路上，用船桨削制的木剑，他以此剑一击击败小次郎。”

如果你想要这柄木剑作为顶级武器，也很简单，只要这样描述就可以：“这是古往今来最绝顶的高手独孤求败晚年的佩剑，大师四十岁后，不滞于物，草木竹石均可为剑。以此木剑自修，渐进于无剑胜有剑之境，此木剑遂为天下百兵之祖。”

木剑还是那柄木剑，造型、贴图都没有变化，但是我们只要改动一下数值和描述，就可以让它从一开始就有的装备，变成付费道具，甚至变成全服玩家争夺的对象。

一秒钟变高帅富，这就是虚拟商品的魅力所在。

游戏中的道具都是虚拟物品，它们是由外观+描述+属性数值共同构成的，其中描述是成本最低，最容易改变的一个变量，善用这个工具，可以简单改变虚拟道具的价值感。

7.1.4 看上去很美+看上去很贵

同样一瓶矿泉水，放在街边小店，你认为它只值一元五角。但是放在五星酒店，它卖十五元，你也不会觉得太过分。同样一瓶矿泉水，装在普通瓶子里，只能卖一元五角，但是在瓶子的设计上稍稍弄点花样，就能定价十五元。

水还是那瓶水，把它放在不同的地方，它看上去价值就不同。把它包装成不同的样子，它看上去价值就不同。可见，人们不仅仅要买那瓶水，更要买的是一种感觉。

在网络游戏中，同样可以通过一些视觉手段，去强化这些感觉。

1. 精致美观的界面

五星酒店和街边小店，档次明显不一样。同理可证，网络游戏的商城界面设计得不一样，商品在玩家眼中的价值感也不一样。所以说，网络游戏的商城这个界面，是界面设计的重中之重，应该花费比其他界面数倍的精力去设计它，因为它直接关系到收入。

商城的界面如同卖场的装修，设计上显得高档、精致、流行，更有利于销售。

2. 商品的视觉表现

美国奶制品委员会有一项针对中小学生的调查。同一种牛奶，分别放在塑料瓶和纸盒两种包装中，让学生品尝，学生们觉得塑料瓶包装的牛奶更酷（cool）、流行（trendy）、时髦（stylish），饮用时更有新鲜感和愉悦感。而纸盒包装的牛奶则是过时的东西。仅有 24% 的学生乐于购买纸盒装牛奶，而更换成塑料瓶包装就会有 51% 的学生乐于购买。

同样，在游戏商城中，商品的视觉表现至关重要。仅仅有一个图标是不够的，装备状态、使用效果等尽可能齐全。仅仅展示包装盒上的图片是不够的，消费者要看到实物，还要了解实物使用的状况和性能。文字的描述和价格的书写要讲究内容，更要讲究形式：字体、字号、字色、字形、描边、光晕……不同的设计，对玩家的消费心理影响极大。

3. 色彩的价值

2006 年 7 月 1 日，苹果公司的网站上公布了该公司最新的 13 寸苹果笔记本电脑的价格。传统的白色机型卖 1299 美元。但同一型号的黑色机型则卖 1499 美元。仔细一看，用户可发现，黑色机型配备的是 80G 硬盘，比白色机型的标配硬盘大 20G。情况似乎并无神秘之处：配置较好的机器价格自然更高。但再仔细看看，白色机型也可以选配 80G 硬盘。加价多少呢？仅仅 50 美元。这样一来，谜题出现了。为什么生产成本一样，但黑色机型却比白色机型要贵 150 美元呢？这是因为对价格最不敏感的那一部分买家，大部分都愿意以高价购买新机型的时髦特性。

仅仅是 150 美元的价格，就能给这些买家带来卓尔不群、时髦富有的感觉。新产品给所有买家都带来了好处，但给那些愿意为了新特性多出钱的用户得到的好处更大，因为他们额外得到了高端大气上档次的心里回馈。近年来，苹果较少采用这种策略了，取而代之的是饥饿营销，“时髦”的色彩总是缺货。

类似的策略，很多品牌都在用，例如戴尔电脑，有些型号的笔记本电脑，你选择一个花哨的多色外壳，要比单色外壳贵 50~100 元。例如宜家家居，经典的爱克托沙发每年都会推出新款的沙发套，而新款沙发套总比传统的米色款贵 100~200 元。

消费者会在 7 秒内决定是否有购买商品的意愿。商品留给消费者的第一眼印象可能引发消费者对商品的兴趣，而在这短短 7 秒内，色彩的决定因素能占到 67%。

具体到游戏中，商城界面的整体色调决定了玩家逗留时间的长短，界面与商品的色彩对比决定商品的识别度，商品本身的美术设计决定了其价值感和功

能匹配等。这部分的内容太庞大，展开来说，就又是一本书了，因此这里只点到为止，不再赘述。

7.1.5 平民的奢侈品

每个人心头，都有一片白月光，那是美好的，需要踮起脚尖来才能够到的东西。不管这些东西的真正价值如何，对于倾慕它们的人来说，它们就是绝对的奢侈品。

年轻女白领省吃俭用一年多，买了一个 LV 包包，每天背着它挤地铁。

中年大叔在公共汽车上，爱抚的看着身边的高尔夫球包。

运动少年宁可骑着宝马自行车哭，也不愿意开着 QQ 车笑。

低保家庭的孩子，心心念念的是那一双新款耐克鞋……

每个人都需要奢侈品，只不过大家经济地位不同，奢侈品的档次也不同而已。需要咬咬牙才能支付得起的高价物品，能够带来良好的感觉是无法比拟的。

每个公司都办年会，一到年底，大家就开始攀比各个公司年会的大奖。每次最受关注的公司，都是那些最高奖价值特别高的公司，譬如发金牌、发汽车的公司等。没有人在意这些公司的获奖率，也没有人关注这些公司的最小奖可能只是一张 2 元的彩票，大家更忽略了，这些公司的人均奖品额度，可能只有几十块。而另一些人人都发一张 500 元购物卡的公司，反而不会受到任何关注。

一个游戏当中，也应该有一些奢侈品。同样的时装，这件定价 100 虚拟币，另一件可以定价 10000 虚拟币。不要管它们看上去没有任何价值区别，也不要管从建模到贴图，它们的成本都一样。甚至一个小图标，你也可以定价几千元。放心，会有人买的，因为人们从心理上，需要奢侈品。

这种奢侈品的定价，还要一个附加的好处，就是可以产生“价格锚定”。

价格锚定，简单来说，就是顾客往往会受多件商品的价格影响来判断即将购买的产品价格是否公平。

维多利亚的秘密每年推出一款绝版“梦幻胸罩”，弄一些钻石镶在胸罩上面，售价几百到上千万美元，通常是没有什么人购买的。但是一个在店里刚刚看过售价 650 万美元的梦幻胸罩的人，掏出 298 美元买了该公司一款高级胸罩的可能性就大多了，而且她还会觉得自己挺精明，很勤俭持家。但是如果她刚刚从沃尔玛出来，看过的都是 9.9 美金的廉价胸罩，那么她肯掏 298 美元的可能性，就微乎其微了。

当人，有些人会在看到这种几近疯狂的价签时仓皇逃遁，不过我们当中也

有许多人会在心里突然完成了一次从感情到数学上的“升华”，顿生“要对自己好一点”的想法。也就是说，在这种刺激下，我们心中合理价格的上限会随之上浮。我们此时就会选择退而求其次，姑且算是给不能倾尽全力将这份大奖励拿到手，也要给自己颁发一份安慰奖。

所以，高价道具在网络游戏道具商城中的作用，就是这些拉动玩家心理价位的锚。

7.2 免费！免费！还是免费！

游戏公司的最终目的，还是让玩家消费。只有玩家消费了，游戏公司才能赚钱。但是要想消费，先要免费。

2006年3月26日，韩国首尔的游乐场“乐天世界”推出免费入场活动，造成踩踏，35人受伤。

2009年3月22日，中国重庆某商家免费发放洗衣粉，发生踩踏事故，当场有2人死亡。

2009年9月14日，巴基斯坦卡拉奇免费派面粉，酿成踩踏惨剧，至少造成20人死亡。

2009年12月16日，秘鲁免费发放圣诞礼盒引发踩踏惨剧，造成1人死亡。

2010年3月4日，印度一寺庙因免费发放食物导致踩踏事件，至少有63人死亡。

从以上新闻我们可以看到，在现实社会中，“免费”常常与“踩踏”和“死亡”联系在一起。其实，我们统计一下这些案例，就可以看到，这些免费的商品或者服务都只有几元到百元，是大多数参与争抢的人都能支付得起的。但是人们依然奋不顾身地投入到争抢的大潮中去，付出的时间、体力成本，往往比获得的价值还高。而且，还有生命的危险。

但是，如果同类型的商品或服务，不是免费，可以降低一个同等的价格，人们只需支付少量，哪怕是1元钱就可获得，吸引的人群就要比免费少很多。

网络游戏刚出现的时候，都是按时间收费的，也就是说，你要先交钱，后玩游戏，或者是先体验一点游戏内容，然后就要开始收钱了。但是，没过几年，大部分网络游戏都改成了道具收费，也就是说，你可以一分钱都不花玩游戏，但游戏里面有很多道具是需要花钱购买的。行业内的人都知道，这种收费模式比时间收费一点都不少赚，甚至赚得更多。更重要的一点是，这种收费模式一

直被宣传成为“免费网络游戏”。“免费”这两个字，像是一句咒语，让整个游戏产业的用户量大大增加，也让那些进游戏的玩家，从一开始就享受到了占便宜的成就感。

除了网络游戏的收费模式之外，免费这个魔咒，还可以应用在网络游戏的道具价格上。

网络游戏中，在道具商城搞免费促销会形成以下几大有利结果。

- 吸引玩家：由于免费的吸引力，会让部分非活跃玩家转化为活跃玩家，也会让一些已经流失的老玩家回归。
- 让玩家获得所有权：所有权拥有越多，越要去游戏中使用，越舍不得离开。
- 培养玩家的消费习惯：免费获得了收费道具，就要去使用，用久了就会习惯于经常用，用光了就会想要去购买。这样，原来的不付费用户就转化成了付费用户。

总之，免费是一个百试百灵的咒语，不仅在实体经济中好用，在虚拟经济中也好用。

7.3 游戏商城：乌托邦的垄断超市

网络游戏中的虚拟道具，跟其他虚拟商品又有所不同。其他虚拟商品都直接同现实社会相联系，而网络游戏道具则完全依附于网络游戏而存在，不与现实社会发生联系。其价格和使用价值只针对所属游戏，也不与其他的虚拟社会相联系。也就是说，你在《热血传奇》中购买的道具，在《奇迹》中肯定不能用。你在《魔兽世界》美国服务器中购买的道具，在《魔兽世界》中国服务器中也不能用。甚至有些游戏，你在一个服务器中所建角色购买的道具，在另一个服务器的角色也不能用。这就是网络游戏中虚拟道具的特殊性。

总结起来，网络游戏虚拟道具的特征有以下三点。

1. 网络游戏中的所有虚拟道具都是非必需品

前面提到过，通常道具收费的网络游戏，并不强制玩家买道具，即使玩家一分钱不花，也可以免费的，尽情地玩游戏。因此，网络游戏中出售的虚拟道具，都是非必需品，不买这些道具，原则上也能顺地去玩这个游戏，只不过会花更多的时间和精力，会遇到更大困难而已。

2. 网络游戏中的所有虚拟道具的价格和使用价值都依附这款游戏而存在

一旦一款网络游戏停止运营，你在这个游戏中所购买的全部道具的价值都

会归零，你不能进入游戏中，当然也就没法使用它。你也不能把它换成钱，因为网络游戏一旦停服，没有任何人可以使用它，自然也就不会有任何人会购买它。你当然也不能将它们退还给游戏运营公司。

按照业界惯例，网络游戏停服之前，都会提前发一个公告，并停止充值，在公告和正式停服期限之间，有一个缓冲期。正式停服之后，玩家在游戏中剩余的虚拟币，可以通过一定的方式补偿玩家。但是，通常这种补偿只是换成运营商另外的网络游戏中的虚拟币，而不可以兑换成现实世界的货币。这种业界惯例是否符合法律规定，我不太清楚。类似的纠纷有很多，我们经常会在 315 网站或者其他法律咨询网站看到相关的内容，但是真正起诉游戏运营公司的玩家，却比较少。通常来说，停止运营的网络游戏，基本上属于玩家比较少，不赚钱，已经无法维持的游戏，因此受影响的玩家人数也并不多。没有人会跟钱过不去，如果这款网络游戏的玩家还很多，还有钱赚，正常的公司都不会停止运营它的。

3. 网络游戏中的所有虚拟道具的购买通常都是间接支付

一般网络游戏中，通常有两种货币，一种是主要通过游戏中的一些行为获得的，另一种的主要来源是直接用现实货币兑换。当然这两种货币的获得途径通常并不那么泾渭分明，一些游戏行为也可以获得后一种货币，而在有些游戏中现实货币也可以兑换前一种货币。在一款网络游戏中，通常会分别给这两种货币起不同的名字，譬如金币和钻石、某某币和点券、铜钱和元宝等。通常来说，前一种货币被称为游戏币，而后一种被称为虚拟货币。

同样，网络游戏中也有两种道具，一种是游戏币，可以购买的，另一种是虚拟货币，可以购买的。同样，在网络游戏中，这个界限也不是泾渭分明的，有些道具同时有两种货币的标价。这种双重的货币系统，把网络游戏的经济体系弄得相当复杂。

游戏公司的收入，来自于玩家用真实货币去兑换的虚拟货币，而我们通常所说的收费道具，指的也是第二种道具。但是不管怎么说，游戏中的虚拟商品，不是通过现实货币直接去购买的，而是通过一种中间货币，去间接支付。

我们可以把一款网络游戏想象成一个计划经济的小国家，国家配给所有的生活必需品，可以自由移民，但是移民时要留下全部资产。游戏商城就是这个国家里面唯一的一家连锁垄断超市，里面出售的商品都不是生活必需品。而且这个超市并不直接接受货币的支付，而是需要买卡支付，类似很多购物中心里面的大排档。请大家认真想象一下，如果你生活在那样一个乌托邦，你只能使用国家配给的一个牌子的香烟，一个牌子的饮料，一个牌子的衬衫，一个牌子

的方便……当你有支付能力的时候，你会不会去超市选择一些你偏好的商品？

相信对于大多数人来说，答案应该是“会”，这就是为什么人们可以免费玩网络游戏，但还是有人花钱去买各种收费道具的原因。

在这样的社会环境下，这个国家的民众对待这个超市无非是两种态度：或者把超市当成一个高档消费场所，只有少数人去消费，大多数人对它敬而远之；或者每个人都把超市当成一个休闲场所，每个人都有或多或少的消费行为，这个超市成为人们社会生活不可或缺的一部分。

这也是两种不同类型的网络游戏。第一种是低付费率，高 ARPU 值，也就是付费玩家占总玩家的比例比较低，但是他们每个人的平均消费额度却比较高。另一种是高付费率，低 ARPU 值，这种就是比较大比例的游戏玩家都会付费，但是他们平均的消费额却比较低。（ARPU 值：就是每用户平均收入 ARPU—Average Revenue Per User。计算公式为：总收入/用户数=ARPU 值。计算周期有可能是月，也有可能是周，也有可能是天。）

7.4 体验经济：实体与虚拟的交界

心理学家里夫·凡·波文和托马斯·基罗维奇做过这样的调查：他们请世界各地的一些人回忆自己购买的商品或经历时，获得的快乐，然后对这些商品或经历给自己带来的快乐程度打分。他们将实验参与者随机分成两组，要求其中一组回忆最近买过的商品，另一组回忆最近买过的经历，然后分别对商品或经历的满意程度和自己目前的情绪状态打分，商品或经历的评分标准是从-4分（不好）到4分（好），目前情绪的评分标准是从-4分（难过）到4分（高兴）。实验结果都清楚地表明，不论从短期看还是从长期看，买经历都比买商品带给人更多的快乐。

所谓买商品，就是购买实体商品，所谓买经历，则是包括服务和体验，譬如听音乐会、旅游、参观博物馆等。

所谓体验经济，是指企业以服务为舞台，以商品为道具，为用户创造出难忘的感受的一种经济形式，是综合了服务和商品，并重点在于用户感受的一种经济形式。

如果你为物品和有形的东西收费，你所从事的是制造业。如果你为自己开展的活动收费，你所从事的是服务业。只有当你为消费者和你在一起的时间收费时，你才算进入了体验业。

游戏业是一种体验经济，体验经济通常具有以下特征。

游戏性：

体验经济，大多是时候就是一场过家家，就是原始游戏在现代社会的变种。网络游戏这种体验经济，可以说是所有体验经济当中，最具有游戏性的了。

情感化：

体验经济需要用户投注情感，也需要商家从各个侧面不断地调动用户情感。玩家对一款网络游戏的情感，可能是很多非玩家所不能体会的，尤其在一款游戏的生命周期结束之后，表现的十分明显。

个体差异性：

体验经济的个体差异性非常大。一个实体商品，譬如矿泉水，不同的人对它的商品体验是相似的，不会有太大差别，但体验经济却不同。譬如去听歌剧《图兰朵》，有的人全情投入，击节赞叹；有的人连连抱怨这是西方人眼中扭曲的中国文化；有的人则是昏昏欲睡，直到谢幕的掌声响起才苏醒……游戏也是同样，这也能够很清楚地解释，为什么一款游戏，有人疯狂沉迷，有人一点都不喜欢。

记忆烙印：

人们之所以对一个普通的商品充满感情，有时候并不因为商品本身的特质，而是因为人们在怀念最初接触它时的感觉。例如北冰洋汽水，对于很多北京人来说，就是童年暑假的甜蜜，就是无忧无虑的时光。它是不是好喝已经不重要了，每次尝到它的味道，让我们动心的是回忆，而不是它的味道。有时候，我们对一款游戏念念不忘，不仅仅是因为游戏本身，同时也因为我们那一段少年时光。

互动参与性：

传统经济是买卖，体验经济更像是一场戏剧，它需要卖家和买家共同参与，才能达成效果最好的体验。用户越认真，越投入，获得的体验也就越丰富。可以说，体验经济的回报大小，是由用户自主决定的。体验源于顾客与产品、公司或公司代表之间的互动。没有顾客，体验就不可能发生，你不能自己完成这一切。说到互动参与性，我相信，没有任何体验经济，能比游戏更丰富，更丰满。

从上面的这些体验经济的特征可以看出，游戏产业就是一种典型的体验经济。因此，游戏本身、运营商的服务以及玩家的投入程度构成了游戏这个体验经济的三大要素。

7.5 赌博、抽奖、开箱子

美国加利福尼亚理工学院的史蒂文·库尔兹和他的同事们进行了一项研究，找出了人类赌性的生理根源。研究人员先让每名被试者各下注1美元，并

预测自己即将抽取的两张纸牌中哪张点数较大。然后，研究人员拿出一些点数从1到10的纸牌，被试者从中先后抽出两张。如果纸牌对比结果与之前的预测相符，被试者就是赢家，不符则为输家。

与此同时，研究人员采用功能性磁共振成像技术（fMRI），观察被试者大脑血液流动情况。结果显示：第一张牌翻开后的1秒钟为前半部分，称为“利益预测期”，大脑倾向评估“赢”的可能性；第二张牌翻开前的6秒钟为后半部分，称为“风险估计期”，大脑转而评估“输”的风险。通过分析相关数据，库尔兹及同事发现，在大脑多巴胺回路中，有两个区域分别在“利益预测期”和“风险估计期”十分活跃。这就是人脑“赌博区域”。

在赌博过程中，人类大脑的整个活动过程，都是和多巴胺分泌相联系的，也就是说，能让人产生快乐的感觉。赌博之所以吸引人，除了可以赢钱之外，在于它可以在很短的周期下，不断给人的大脑以刺激，让大脑产生多巴胺，让人们感受到快乐。

在游戏中，同样充斥着各种赌博元素。例如最常见的对话选择支，通常无所谓对错，但是选择不同的对话，会导致不同的结果，或者改变剧情走向，或者改变角色属性，这其实就是一种赌博。还有各种强化和镶嵌系统，赢了，装备的属性大大提升，输了，浪费材料不说，还有可能导致装备降级或损坏，这也是一种赌博。战斗中出现暴击或者BOSS掉落极品装备，更是一种赌博。各种变相的赌博，在游戏中几乎无所不在。甚至你决定去挑战一个厉害的BOSS或者和另一个玩家PK，从某种意义上讲，也是赌博。

因此，游戏给予玩家的快乐，相当一部分来自于这种变相赌博带来的多巴胺。

抽奖其实是赌博的一个变种，它不仅是在销售一种赌博，也是在销售一种幻想——以非常低的价格销售。彩票是赌注很小，赢钱概率很低，但是奖励很大的一种赌博。

在美国有种彩票大抽奖很流行。规则是：在从1到51之间任意抽出6个数字。这6个数字不管顺序如何，应该和最终抽出的6个数字相等。根据这个规定，猜猜看，取胜的概率是多少？大多数人会得出12%这个结论。他们用6去除51。不过实际上，这种彩票的中奖率是1/18000000。一个人莫名其妙地从床上掉下来摔死的概率比这还要大9倍。

我国的彩票业从20世纪80年代开始出现，到今天已经走过20几个年头，在彩票业兴起之初，很多彩票是在广场上现场发售、现场开奖的，相信很多人还记得那个场面，成千上万人逗留不去，满地的彩票残骸，时不时有高音喇叭广播着谁谁获得了大奖，很多人在那种热烈的气氛下，购买了平生第一张彩票。

这就引出了抽奖的第二个特征，赌博是一对一的，或者是小群体内部的，胜负结果也只在小范围内公开。而抽奖常常是大规模的，在大群体内部公开抽奖结果。抽奖的这种特征，让抽奖更具有感召力，更容易引发一种无理性的群体癫狂。现实中的抽奖如此，游戏中的抽奖也是同样。

“開箱子”这种东西，是网络游戏一个独特的文化符号。也是网络游戏中最常见的赌博变种，简单说就是玩家可以通过一定行为获得宝箱，并付出一定代价打开它，里面会随机出现一些奖励，大部分时候的奖励都很差，但是有一定概率会出相当好的奖励，这实际上，这也是一种抽奖，只不过给奖券包了一层华丽的衣服，让玩家觉得不是那么赤裸裸而已。

然而，在游戏中设计这种太过明显的变相赌博，是与国家法律相违背的。《文化部、商务部关于加强网络游戏虚拟货币管理工作的通知》中明确指出：

某些网络游戏产品利用虚拟货币，采取抽签、押宝、随机抽取等博彩方式，分配网络游戏道具，或虚拟货币，造成了不良影响……《通知》指出将禁止上述行为。《通知》表示，将对利用网络游戏虚拟货币进行赌博或博彩的行为移送公安机关依法处理，并要求各地配合公安机关从严整治带有赌博色彩的网络游戏，严厉打击利用网络游戏虚拟货币从事赌博的违反犯罪行为。

但是，尽管有关部门三令五申，開箱子这种玩法还是屡禁不止，很多正在运营的网络游戏中，都能看到它的身影。

7.6 交易成本最低

交易成本是指达成一笔交易所要花费的成本，也指买卖过程中所花费的全部时间和货币成本。就是在一定的社会关系中，人们自愿交往、彼此合作达成交易所支付的成本，也即人·人关系成本。

交易成本是在社会中，人与人交往发生的成本。在一人世界内不可能有偷窃的行为，所以在社会中，任何防止偷窃所带来的机会成本都是交易成本，譬如安装门锁、监控设备等。在一人世界内不需要律师，所以在社会内，训练律师、聘请律师的费用都是交易成本。

在虚拟社会中，交易成本最低。因为虚拟社会的很多强制性规则可以过滤掉大量的交易成本。

我们试着从交易成本的种类，去分析这个论断。交易成本主要包括以下几个方面。

信息成本：

信息成本是取得交易对象信息与和交易对象进行信息交换所需的成本。在现实社会中，信息的获取不那么容易，因此信息成本也比较高。而在网络游戏或其他虚拟社会中，获取信息则非常方便。使用搜索引擎或者直接在游戏中查看对方的属性，都是只要动一动鼠标就能做到。

议价成本：

议价成本指的是针对契约、价格、品质讨价还价的成本。无论是大部分电商还是网络游戏的道具商城，基本上都不会给予买家过多的议价权，因此也就很少存在议价成本。而且用户也习惯于这种低议价成本带来的便利，就像在淘宝上，拍卖商品的成交量和一口价商品相比，连一个零头都算不上，因为一口价商品为人们节省了大量议价成本。在网络游戏中，摆摊的议价成本高于拍卖行，因此摆摊系统也逐渐被玩家抛弃了，大多数新开发的网络游戏当中，拍卖和寄售系统已经取代了摆摊系统。

决策成本：

决策成本是进行交易行为时相关决策与签订契约所需的内部成本。在网络游戏的商城中，几乎不存在什么决策成本，因为商城是垄断的，你没有比价的对象，买就买，不买就算了，不需要考虑太多。

监督交易进行的成本：

监督交易进行的成本指的是监督交易对象是否依照契约内容进行交易的成本。在网络游戏中，由于交易是程序控制的，在没有出 BUG 的情况下，基本上能够保证公平公正，所以不需要监督，因此也就没有监督成本。

说到底，网络游戏内的经济还是一种计划经济，玩家只能在运营商规定的、有限度的范围内从事经济行为，且绝大部分经济规则都是既定的，玩家不可更改。而且约束这种规则的是游戏的数据结构，是代码，具有极端强制性，除了黑客之外，大部分玩家无法去改变它。甚至连这个虚拟社会几乎全部的商品生产，也是由运营商包办的。这种强计划经济导致的结果就是，一切交易成本都达到一个最低的状态，甚至趋近于 0。对玩家造成的直接影响就是：购买行为变得如此简单，不需要思考，只要点击一下鼠标就可以。这种方便快捷的交易方式，也大大促进了玩家的购买行为。

7.7 宅经济与干物女

谁在玩游戏？

这个问题太大，有很多很多不同的答案。每到年底年初，就会有许多机构

推出各自的调查报告，里面总少不了游戏用户群这一项。

说到 PC 网络游戏，我们可以说，玩游戏的都是网民，这个绝对错不了。说到手机游戏，我们也可以说，玩游戏的都是手机用户，这个也绝对错不了。这是从游戏的终端属性来看的。

如果从玩家的社会属性来看呢？宅男宅女应该是游戏玩家的重要组成部分了吧？

什么是宅？

真正的狭义的宅，也就是最原始的日语本义中的定义。宅是指御宅族（日文假名：おたく，罗马音：otaku），常直接称为 otaku，一般指对 ACG（动画、漫画、游戏的总称）具有超出一般人知识面和鉴赏、游玩能力的特殊群体，是究级 ACG 爱好者的代名词。

但是这个词传到中国之后，语意发生了转化和扩大化，指的是对社交和户外活动兴趣不大，喜欢在家里或其他私密、半私密场所，做一些自己喜爱的活动的人群。根据他们喜欢的活动不同，可以分为游戏宅、技术宅、动漫宅等。

当今社会，经济高度发达，生存和繁衍需要花费的时间，在人生的比例中已经大大下降。人们又大把的闲暇时间可以贡献给自己的爱好。游戏便可以去填满这些人生的空白。所以，就出现了大量游戏宅。

Love plus《爱相随》是 KONAMI 在 NDS（任天堂公司出品的一款掌上游戏机）平台上推出的一款具有真实时间模拟的恋爱冒险游戏，根据玩家设置的 NDS 时间，玩家在不同的时间打开主机，游戏内容会随着时间的变化而变化，就像真实世界一样，玩家可以选择和心爱的女孩子一起生活、交流。说白了，这就是一款可以选择三个女主角（图 7-1）的虚拟恋爱游戏。

Love plus 的巨大热卖，在日本形成了一系列罕见的社会现象。

有的玩家购买了 3 台 NDS 主机，用来分别攻略三位女主。

专为这个游戏设计的 NDS 纵置台热卖，NDS 专用耳麦也成了热门。

为了洗澡的时候也能和女主一起，NDS 专用防水袋热卖。

游戏中出现的热海县旅游业收入激增。

游戏中出现很多其他的物件也被“人肉”了出来，使得很多本来非常不受关注的商品一夜之间变成了热门商品。

游戏的三位女主角生日那天，很多玩家自发庆祝。

日本网名“SAL900”的一名男子，于 2009 年 11 月在关岛的一所教堂里举行了与三位女主角之一的“姐崎宁宁”的婚礼，同时在日本专业 ACG 视频网站 niconico 上进行了直播（图 7-2）。

宅经济向外辐射出的巨大能量，让人不敢逼视。

宅群体中，不得不提到的一个关联群体，就是干物女。



图 7-1 《爱相随》的三位女主角

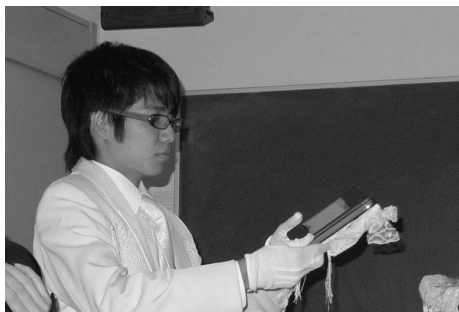


图 7-2 日本宅男和《爱相随》女主角举行婚礼

干物女是已经放弃恋爱，凡事都说“这样最轻松”的年轻女人，穿宽松舒适的衣服，过着颓废、懒散、舒服的生活。不竞争，不交际，不运动，不打扮，不恋爱……日常活动多为看视频，上网，痴迷于某事物，如动漫、电玩、书籍，某人，如歌星、网络名人，某事情，如手工制作、烹调等，此种痴迷也允许是突发性的，突然间迷恋上，不能自拔。

我们通常所说的“女汉子”和这个族群有一部分重叠。

干物女这词也是来自日本的，和《下流社会》中描述的便装女有点相似，但便装女是以经济地位划分的，而干物女则是以生活方式划分的，很明显，干物女的构成更为复杂多样，整体经济实力要高于便装女。干物女也不完全等同于宅女、腐女，她们并不一定是动漫游戏的爱好者，而只是潜在用户。

干物女在消费结构上和一般年轻女性大不相同，在服装、化妆品、交际、美容美发健身服务上的消费要少得多，这三项的总和，在中国城市的一般年轻女性的月消费中，至少要占到 500~1000 元。这些省下来的钱，干物女用来干什么呢？下片子？不要钱；上网？花不了多少钱；这些钱数额可不算少，如果都留给游戏行业来赚，干物女可以算是优质用户了。干物女几乎是清一色的网民，其中一部分也是玩家，如果有游戏满足了她们的需求，等于是打开了一个庞大的潜在市场。

干物女省出了恋爱的时间，交际的时间，养育后代的时间……这么多闲暇时间，就看什么产业能通过什么商品去填补了。

干物女数量的增加，是一个全球性的大趋势，也是女性经济独立与人格独立的必然结果。女性们努力学习，积极工作，让自己财务独立，争取的就是这

种掌控自己生活的权利，让自己随心所欲地生活，而不是去依附一个人或者一个家庭。这对于游戏行业来说，是个好现象，如果能把干物女强大的消费能力以及对某事物的痴迷引导到游戏上，将为整个产业打开一个新天地，美国的游戏玩家中，职业女性和主妇的比例越来越多，今天的美国，可能就是5~10年后的中国。游戏业快行动起来吧！抓住她们，等于抓住了未来！

7.8 上帝爱两头，放弃中间

游戏产业已经发展到市场细分阶段，这是套话，谁都会说。可到底怎么细分，就不是人人都能说得清楚的了。

全球的消费者一天比一天理性，中产阶级已经不再对应中端产品，他们会在自己认为不重要的产品上选择最廉价的，省下钱来在自己在意的方面选择高端产品甚至是奢侈品。女人吃糠咽菜，为了有钱购买高档服饰和化妆品；男人租房子住并且把衣食压到最简状态，但要买好车和打高尔夫。

游戏作为一种产品，同样面临着中端空虚、两头拥挤的消费群体。那种四平八稳的所谓主流网络游戏渐渐不受青睐了，玩家需要的是特色，要么高，要么低，拒绝中庸。

网络游戏中的低端产品，包括三个方面的低端，一个是金钱，一个是配置，一个是上手。金钱低到尽头就是不花钱，于是乎，就有了很多“蝗虫”式的玩家，流浪在各种道具收费的网络游戏之中，就是不花钱，实在扛不住就换一个玩。他们不产生产值，不在讨论之列。

至于配置方面，二三线城市的小网吧，十年前的机器配置，能跑动，又流畅，就是好游戏。

上手方面，就是杜甫建立的标准——“老妪能解”，没摸过机器的人也会玩，没有左手的人也能玩，节奏不太快，难度不太大。能做到配置和上手两方面低端的网络游戏，基本上都能活得挺自在。

总结起来低端产品有四项基本原则：能玩、简单、便宜、可靠。

再来说高端产品。钟情于高端产品的玩家，自然钱不是问题，如果确信自己的产品足够高端，要价不妨更狠一些。又时间收费又道具收费也未必不可以。

当然，玩家对于高端产品的要求也很高。

最基本的是技术，游戏在稳定流畅之余，技术上要有点特色，特色不用太高科技，能唬人就行，譬如像三开门的冰箱相比两开门的冰箱那么大的技术优势即可。

再上一层是功能，游戏要好玩有特色，这是硬道理。还要恢宏庞大有气势，体现出高端品的感觉，这一点也是不可或缺的。

再上一层是服务，老子花了钱了，就是上帝，你们运营公司得好好伺候着！

最高层，当然就是情感需求了。玩家人人瞧不起人人，真正的高端网络游戏，要能让它的玩家产生发自内心的自豪感，老子玩的就是游戏中的奢侈品，就是 NB！要让玩家感觉到爱与被爱，尊重与需要，让玩家觉得值！这样，他们才会心甘情愿地多多掏钱，才会产生牢固的忠诚，才会自动自发地拉朋友来玩……运营商也可坐地起价了。

高端品也有四项基本原则：技术、内容、服务、品牌。

放眼国内游戏市场，低端产品的数量不少，但能像沃尔玛那样把低端进行到底，低成一种强势文化的不多。而高端产品数量则不多，似乎也没做到最好，至少没做成奢侈品那个档次，当然也没敢下死劲收钱。大量的游戏，还在中游晃悠呢！很多人就是搞不明白，咱游戏不差啊，咱宣传力度不小啊，为啥状况就不如预期的好呢？很简单，您高不成低不就呗！

7.9 吝啬者的游戏

乙：坏消息是什么？

甲：咱们迷路了，这地儿我不认识，而且我估计我们以后得靠吃牛粪过日子了。

乙：好消息呢？

甲：牛粪有的是！！

——郭德纲、于谦《我这一辈子》

有一个好消息，有一个坏消息，你听哪个？

如果你有若干好消息要公布，应该把它们分开公布。

如果你有若干坏消息要公布，应该把它们放一起公布。

如果你有一个天大的好消息和一个不重要的坏消息，应该把这两个消息一起告诉别人。

如果你有一个天大的坏消息和一个无关紧要的好消息，应该分开公布这两个消息。

这是为什么呢？这是因为人类有“损失规避”（Loss Aversion）的倾向。

“损失规避”（Loss Aversion），指的是人们在行为和决策时，有避免遭受

损失的强烈倾向，它常常成为影响人们决策质量的关键。

一定数额的损失所引起的心理感受，其强烈程度约相当于两倍数额的获益感受。

据发表于美国《政治经济学》杂志 2006 年 6 月号的一篇文章介绍了这样一个实验，耶鲁大学的经济学家凯思·陈和心理学家劳瑞·桑托斯用猴子作为研究对象，观察它们是否具有经济头脑。起初凯思·陈花了几个月的时间，教会猴子们知道一种银色圆片硬币的用处，即能用它来“买”到可口的食物。猴子知道“钱”的用途后，马上就爱上了它们，甚至还会伪造“钱”，试图用黄瓜片冒充“钱”来买到它们的美食，而将真正的“钱”藏起来。

第一个游戏的规则是，一枚硬币可以得到一颗葡萄，然后由掷硬币的正反面来决定是否得到第二颗葡萄，因此第二颗葡萄的获得概率为 50%。

第二个游戏的规则是，猴子可以一开始就可以得到两颗葡萄，但同样要由掷硬币正反面的方式，来决定是否失去其中一颗葡萄，因此失去一颗葡萄的概率也是 50%。从理论上讲，这两个游戏中得到一颗葡萄和两颗葡萄的概率是一样的，因此猴子应该不会在乎选择哪个游戏。但是令人惊奇的是，在实验过程中，猴子不仅能够区分两个游戏的不同，而且还有选择偏好，有 75% 的猴子选择第一种实验，即先得到一颗葡萄然后通过硬币赌博再获得第二颗葡萄的机会。

看！连猴子都知道规避损失，这又是个隐藏在基因里的心理现象。

所以，做游戏的话，试图夺走玩家已有的东西，对玩家打击太大，尽量不要这样设计。让玩家有一定概率获得一样东西是个好办法，我们即使把概率设得很低，也能有不错的奖励效果。如果考虑到整个游戏的经济体系平衡，需要消耗大量道具，那么合成系统或拆解系统之类的是最好的选择，让玩家主动选择放弃自己拥有的东西，来换取一个更好东西的可能性，这本身迎合了人类的赌性，又有挑战性和成就感，是个相当有吸引力的设计。这样可以让玩家在不知不觉间，就失去了很多，但是自我感觉还特好。

第8章

游戏之危机

游戏产业自形成开始，就一直在高速发展。中间虽然有一些小低谷，但整体的增速依然维持着一个高位状态。随着这两年新硬件狂潮的兴起，以及智能手机的普及，游戏行业必将迎来一个新的发展契机。在这一片形式大好的发展前景之下，依然有一些暗流涌动，这就是游戏产业的危机所在。这个危机，归根结底就是三个字——同质化。

8.1 同质化之殇

在中国，一个新成立的手游开发团队，首先面临的一个问题，就是开发一款什么样的游戏？

这时候，去模仿一款经典游戏，无疑是个最佳选择，这也是很多手游团队不约而同选择的道路，甚至很多手游公司的招聘启事当中，就明确写出了要求应聘者必须熟悉某一类甚至某一款游戏，其意不言而喻，想要迅速模仿而已。

为什么几乎所有的手游公司都要这样做？这是因为这样做可以带来两个好处。

- 很容易判断这款游戏是否受市场和用户欢迎。因为你要模仿的作品，肯定是受欢迎的大作，你可以清楚地知道，大约有多大量级的玩家喜欢这类作品，在开发之初，就能对未来的市场状况有了一个相对准确的预测。
- 节省设计时间。模仿最大的好处就在这里，反正一切都有原型，一切都

可照搬，省事又省钱。

开发一款手游，去模仿一款经典游戏这条光明大道上，又有以下两条岔路。

1. 我们可以选择模仿一款经典手游

卡牌类游戏，《智龙迷城》式的三消游戏，类《COC》游戏，这三个方向可是被模仿大户，每个方向都有数百款游戏正拥挤在各个平台上，还有数百款正在开发中。此外像是塔防类、推图类游戏数量也不在少数。在上百款同质化产品中加入你的产品这一个 1，那简直就是红海中滴入了一滴水，面对数百款竞品，你什么比人家强，IP？画面？还是技术？想要在数百款竞品中搏杀出一条血路来，可真不是一件容易的事情。

2. 另外一条路就是，我们还可以选择把另外一个平台上的经典游戏搬到手机上

所谓另一个平台，包括电视游戏机游戏、掌机游戏、桌游、古老而经典的单机 PC 游戏、网页游戏甚至客户端网游等。这样做，如果选对了方向，你可能有更多的一鸣惊人的机会。但也有可能，两种平台因为操作、显示和人机交互方式的差异，导致了你的项目水土不服。

以上，大概是很多手游团队立项时的基本思路吧？

为什么没有人愿意创新？因为创新成功的概率很低，至少比以上说到的道路要低，甚至在团队能力和经验不足的情况下，低到还不如去买彩票，当然更不如去炒房。所以，为了保险起见，大家不约而同地选择了山寨和模仿。

不仅仅是中国，国外也是同样，日本的手机游戏《智龙迷城》火爆之后，大量的类似产品充斥市场，其中不乏很多老牌大公司的换皮产品。多山寨、少创新造成的同质化，已经成为游戏产业最难言的“殇”。

8.1.1 网络游戏复印机

同质化是指同一大类产品中，不同品牌的产品在性能、外观甚至营销手段上相互模仿，以至逐渐趋同的现象。

简而言之就是：虽然甲游戏出身网易，乙游戏出身完美，但是在玩家眼中，很难区分这两者。这两款游戏的外观、内容和品质都差不多，玩起来没有太大区别。

具体到游戏产品，同质化主要表现在这以下三方面。

1. 外观同质化

我们先来看看这 6 个游戏（图 8-1），这 6 张截图分别是 6 个网络游戏的

战斗截图，大家猜猜它们分别是哪6个游戏？

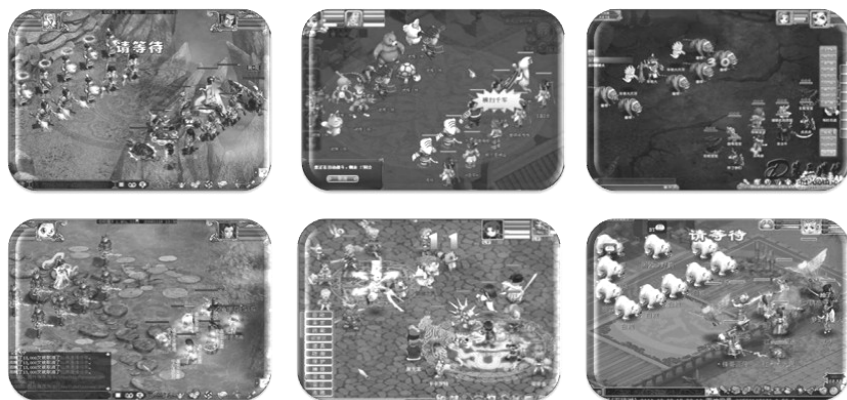


图 8-1 外观同质化的6个游戏

你或许可以看出，它们是《梦幻西游》和他的小伙伴们，也就是一系列类似《梦幻西游》的网络游戏，但是你可能无法一一说出它们的名字，你甚至很难找出到底哪一个才是《梦幻西游》。好吧！那么我就揭晓答案吧！从左上到右下分别是《西游Q记》、《飞天西游》、《梦幻诛仙》、《问道》、《水浒Q传》、《梦幻西游》，你猜对了几个呢？

它们看上去如此相似，就像是一个游戏的不同战斗场景。无论是用色、布局、界面、场景均非常相像。就算是业内资深人士，我相信大部分人也很难全部猜对这些分别是什么游戏。相信大家从中可以体会到外观同质化已经严重到何等程度了。

2. 题材的同质化更是泛滥

仅客户端网络游戏，以西游和三国为题材的，均各有十几、二十款，算上网页游戏和手游，恐怕各有几百款了。其他如水浒、聊斋题材也非常多。

《微三国》、《梦三国》、《三国杀》、《三国斩》、《斗三国》、《战三国》、《将三国》、《御三国》、《霸三国》……

《三国风云》、《三国演义》、《三国快打》、《三国论剑》、《三国战魂》、《三国论剑》……

《街机三国》、《网页三国》、《乱斗三国》、《战略三国》、《啪啪三国》、《名将三国》、《美人三国》、《英雄三国》、《神将三国》、《将魂三国》、《混世三国》、《明珠三国》、《泡面三国》、《胡莱三国》、《QQ三国》、《掌上三国》、《终极三国》、《盛世三国》、《梦回三国》、《梦想三国》、《梦幻三国》、《幻想三国》、《武林三国》、

《智勇三国》,《热血三国》,《决战三国》,《战龙三国》,《逆转三国》,《传奇三国》,《兵锋三国》,《苍之三国》,《凹凸三国》,《龙纹三国》,《逐鹿三国》,《傲世三国》,《爆笑三国》……

《三国大时代》,《三国群英传》,《三国冲冲冲》……

小伙伴们!你们的眼睛还好吗?我已经写得快挂了……信手拈来就这么多,这还不包括《卧龙吟》、《傲视天地》等三国题材但是名字不带“三国”二字的游戏,太多太多的三国,让玩家怎么记得住你?你又如何能从这些三国里面脱颖而出?

武侠、玄幻、奇幻、修真等题材,依托文学作品,也呈现泛滥之势。

一部《甄嬛传》,小说、影视已经分别授权给了几家游戏公司。

国内游戏与国外游戏相比,在题材和内容选择上,明显偏窄,并且呈现一窝蜂的趋势。并且改编作品偏多,原创作品偏少,不可避免地出现题材同质化。

3. 玩法相似的情况更是严重

我们在不同的剧院,不同的时间,买不同的戏票,看到的却是同样的哈姆雷特,舞美不同,演员不同,但是情节是相似的。网络游戏也是如此。

目前市面上所有客户端网络游戏、网页游戏,通过几个问题就可以分门别类地放入几个箱子,而且每个箱子中的游戏惊人地相似。

对于客户端网络游戏来说,太阳底下没有新鲜事,我们可以回忆一下,类似骑乘、结婚、答题这样的系统从刚一出现,到很快成为所有客户端网络游戏的标配,经历了多少时间?连一年都不到吧?现在新出的客户端网络游戏和5年前的客户端网络游戏除了易用性、新手引导和一些黏用户、促付费的小技巧有改进之外,核心系统几乎没有任何不同。

客户端休闲网络游戏也一直没有摆脱最初的几大类型,一个《地下城与勇士》火爆之后,就有了《鬼吹灯》、《天关战记》、《名将三国》、《勇士》等数款仿品。从类型上看,竞速、音乐舞蹈、动作射击等几大类型还是依然不变。网页游戏更是战略、角色扮演游戏、经营鼎足三分。手游三大宝:卡牌、COC和三消,同样也是玩法复制泛滥的重灾区。

之前全世界人民嘲笑韩国的网络游戏同质化严重,抄袭模仿成风,说他们是网络游戏复印机,现在全世界的游戏公司都尝到了当复印机的甜头,开始逐渐走上了这条不归路。

8.1.2 同质化是谁的菜

8.1.2.1 玩家：偏爱同质化

对！就是玩家，虽然玩家抱怨同质化抱怨得最大声，但是他们确实也是推动同质化的元凶。

我们随便上网搜一下，“跪求+类似游戏”的网页，在百度上，能找到一千多万个页面。任何一款曾经红极一时的游戏或具有明显风格化的游戏，无论是《石器时代》、《梦幻西游》、《地下城与勇士》还是《EVE》，我们都能搜到大量玩家跪求相似游戏的信息。文学和影视也是同样的，《鬼吹灯》刚出现的时候，网上也是一片跪求盗墓小说的呼声。

玩家为什么会有同质化的需求呢？

譬如某人的梦中情人是清汤挂面的黑长直发女孩，他日后寻找女友往往只找“黑长直”，即便女友不是“黑长直”，他也会让女友留起长直发，这种现象在生活中屡见不鲜。这在心理学上是一种锚定效应。

锚定效应（Anchoring Effect），一般又称为“沉锚效应”，是说以一个标准为锚，其变动范围受这个锚的限制。人们被最初的信息引导而形成最初的信念，并将其作为决策的依据，带着潜在的目的去找东西、看东西。

市场上的游戏有数百上千款，大多数玩家并不具备鉴别品质的能力，也没有时间从这么多游戏中挑选出一款最适合自己的，一旦他们找到了一款喜欢的游戏，在寻找下一款游戏的时候，自然而然以这款游戏作为蓝本，这对于玩家是最优策略，最省时省力，新游戏与自己喜欢的老游戏之间的相似性也保证了自己不会太讨厌第二款游戏。

既然玩家诚心诚意地跪求了，研发人员自然乐得顺水推舟，大发慈悲地开发同质化产品以满足玩家需求。

所以，玩家们，虽然你们天天叫着要创意，要新玩法，但你们同时也是推动同质化的罪魁祸首！

8.1.2.2 老板：喜欢同质化

很多主策划和制作人都经历过这样的情境，辛辛苦苦反复调研，百般论证写好了一款游戏的立项书呈给老板，老板通常看都不看，劈头就问：这个游戏跟哪个游戏相似？

如果你的回答是跟哪个游戏都不太相似，那你就要倒霉了！你需要唇焦舌燥、大费周章地向老板说明你的项目到底什么样。老板可能很难理解，或者想偏了，或者听烦了，这样你的项目通过立项的可能就大大减少了。

就算老板是个英明圣主，听懂了你的一切解说，只要他问一句：你凭什么认为这样的游戏玩家会喜欢？作为一款非同质化的游戏，尤其是创新的游戏，你通常无话可说，就算有话可说，你也拿不出什么客观的证据来。

更有甚者，传说某公司的老板，要求制作人立项的时候，必须提供明确数据论证此项目的在线人数和月收入，并给出相应的依据，除了同质化的山寨产品，其他游戏怎能提交如此详细的数据呢？

在老板们的淫威之下，同质化便成为大势所趋了（图 8-2）。



图 8-2 老板喜欢同质化（绘：毛团小剑剑）

当然老板们也很无奈，谁都想赚低风险、高收益的钱，同质化是个不需要动脑子的好选择。

8.1.2.3 资本：青睐同质化

前不久看到过这样一篇微博：说的是影视圈的事儿。

一个导演见投资人，详细介绍自己的电影项目，投资人摆手说：不用这么复杂，你只要告诉我，你的电影像哪部电影？导演压着气答：我不能说我的电影像什么电影，只能告诉你它是什么电影！投资人淡定地说：在中国这种三流国家，“是什么”一定死，只有“像什么”能成功。于是导演被击败了。

不仅仅是电影行业，在 IT 行业、互联网行业、游戏行业每天都在上演这样的戏码。你只要说你是中国的 Facebook、Twitter 或者其他的什么的，无论是融资也好，上市也好，都会顺顺当当。

百度是“中国版谷歌”，当当网被称为“中国版亚马逊”，优酷网被称为“中国版 YouTube”，新浪微博是“中国版 Twitter”，人人网是“中国版 Facebook”。只要把美国模式加上中国的地大物博人口众多，就能获得资本的青睐，就能成为牛 B 闪闪的“公司赢家”（图 8-3）。

谁能说出几个成功的独创模式的互联网公司呢？

如果你说我是新技术、新需求、新模式、中国特色，不好意思，资本眼皮都不会眨一下，他们觉得风险太大了。



图 8-3 资本青睐同质化（绘：岚舞）

8.1.2.4 员工：放任同质化

在游戏行业，对于一个需要对项目负责的中层开发人员来说，保住饭碗、创造业绩的低风险最佳策略就是同质化。

模仿一款优秀的游戏，只要能做出来，品质及格，通常会有一定的保底用户数，风险更小，更容易成功。

万一运营状况不好，作为研发负责人，天然有两条正当理由可以推卸责任。

- 运营太差：人家《某某某》游戏有 50 万人在线，我们的游戏跟《某某某》游戏没有区别，目前只有 5000 人在线，当然是运营的责任！
- 市场变了：当初立项的时候，这种 XXOO 类型的游戏很流行的，你看《某某某》就是这个类型的，月入 5000 万元，但是谁能想到 2 年后就不流行了呢？而且还有十几款竞争对手，此乃“天之亡我，非战之罪”，这是不可抗力啊！

如果开发的是一款差异化的游戏，则需要更高的设计能力，更敏锐的市场感觉，更了解用户需求，更准确预测未来的产业形势，做到这些非常难。而且，这类游戏一旦运营状况不好，责任则全在开发人员身上，一点都不能推卸。

况且在研发和运营的磨合上，差异化的游戏也有风险，如果是市面上的大路游戏，大多数运营团队都很有经验，就算不能做到 100 分，及格还是很容易的，但是如果游戏类型或题材很特殊，则没有成功的运营经验可以借鉴，就免不了要多走很多弯路，要多交很多学费（图 8-4）。

因此，很少人愿意拿自己的职业生涯去冒险，因此大家不约而同地选择了同质化。

所以说：差异失败，责任在己；模仿失败，责任在天。



图 8-4 员工放任同质化（绘：毛团小剑剑）

8.1.3 同质化的善与恶

显而易见，同质化可以带来三点重大益处。

1. 容易获得认同

无论对老板、投资商、运营商，还是渠道商、媒体和玩家，同质化的游戏一句话就能说清楚，沟通成本很低，易于理解。成功案例显而易见，很容易让大家产生锚定效应，认为和一款著名产品同质化的产品，同样能够成功。

2. 降低开发风险

同质化可以缩短开发周期：游戏中的美术风格和界面设计等，都不需要反复推敲和权衡，只要照着所参考的产品去做就好了，能缩短 20%~50% 的开发周期，大大节约成本。同时还可以降低对策划能力的依赖。好策划是决定一款网络游戏成败的关键，但是好策划难找，难稳定，而同质化产品不需要好的主策划和系统策划，仅靠执行策划就能搞定。

3. 有利市场推广

同质化产品可以直接从其他游戏获取用户：就如同《问道》从《梦幻西游》中拉用户，《征途》从《传奇》中拉用户，《名将三国》从《地下城与勇士》中拉用户一样，同样的例子在业界不胜枚举。可以使用在游戏中刷喇叭、拉工会、占领论坛和群等手段，从类似的、著名的游戏中拉拢用户。可供借鉴的市场方案也有很多。同质化产品在运营策略上，只要本着他人怎样做我就怎样做，不

会出大的纰漏，操作起来也非常简单。

同质化产品越多，品牌的空间越小，而山寨的空间越大，品牌形象会遭削弱和淡化。

同质化产品不利于消费者识别，产品与产品之间的差别不易分清，这会让玩家产生迷茫情绪。有时候，玩家玩一款游戏玩了很久，才知道自己玩的不是李逵，而是李鬼。这无形中给玩家寻找自己想要的游戏制造了很大障碍，游戏名字差不多，画面又极相似，开发公司又不注重品牌建设，就连业界老鸟都很容易一不小心上当，更何况那些玩家呢？于是，无奈的玩家不断下载，注册，试玩，然后离开……从一款网络游戏流浪到另一款网络游戏，成为蝗虫型玩家。

这种现象的泛滥，最终受到损害的是整个游戏产业，而且会形成恶性循环。

目前中国开发的网络游戏数量已经超过世界上其他国家，雄踞第一位，但是这个数字背后是大量同质化的产品，如果把同质化的水分挤出去，那么整个产业就会像去掉水的海蜇皮一样，成了薄薄一片。长此以往，劣币驱逐良币，优质不能优价，好产品不能脱颖而出，会被埋没在一片同质化的沙海之中。

当整个产业充斥着大量彼此类似的产品的时候，整个产业就开始逐渐走向衰落。（图 8-5）

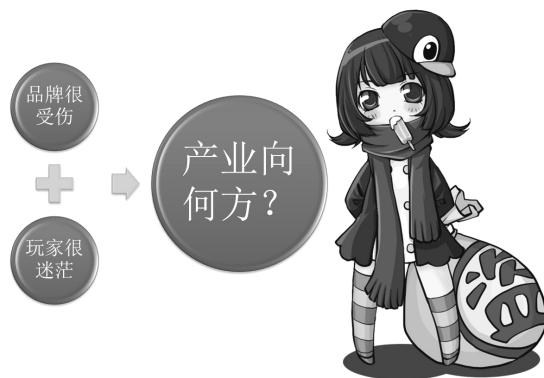


图 8-5 恶性循环（绘：岚舞）

8.1.4 如何打破同质化

学我者生，似我者死。

妙在似与不似之间。

——齐白石

打破同质化，唯有创新，这是一个不争的事实。但是怎样创新、如何创新，还是有一定的规律和技巧的。要既不早，又不晚，刚好在潮流之前，提前迈了那么半步，才能取得最好的效果，否则就只能做那死在沙滩上的前浪了。

齐白石大师说过“学我者生，似我者死”，这说的是画，游戏和绘画同为艺术，也是共通的。“学我者生”中的“学”就是一种在别人研究创造基础上的创新与改进，学习的是别人的内涵，而不是模仿，要不然就会成为“似我者死”，单纯地临摹、效仿别人，是不会成功的。

齐白石还说过：“妙在似与不似之间。”“似”，是要让玩家感觉到熟悉和安全，感觉到容易驾驭，判断出不需要付出太高的学习成本，不会遇到太大的挫折，并且能够回忆起之前接触过的同类作品带来的美好感觉。“不似”，则是要让玩家有惊喜，品味到特色，于千万产品之中，一下子就发现你的存在。“似”是旧的回忆，是对于过往游戏生涯的片断的回望。“不似”是新的故事，对于全新虚拟世界的感动和美，缺一不可。

8.1.4.1 创新：改变同质化

同质化相对的，肯定是创新，但是创新过程中应注意以下几点。

1. 继承与创新的恰当比例

儿乐宝的老板曾经说过：一个玩具的失败，要么是因为它太像从前已经出现的某种东西，要么是因为它与任何一个从前出现的东西都不像。

一款产品，太过创新有可能走在了时代前面，反而导致用户接受度降低。继承和创新在不同门类的产品当中，都有不同的最佳比例，具体到文化创意产业，创新的内容超过 50% 会非常危险，30% 以内的范围则是比较恰当的选择。

2. 综合性创新

创新分为两种：原创性创新和综合性创新，很多发明和发现都属于原创性创新，在文化领域，大部分创新则是综合性创新。

如同古诗词要求必有“出处典故”，这就是综合性创新的一个体现。

综合性创新和同质化抄袭是不同的，我之前有一款作品叫作《仙剑客栈》，这是一款玩法相当创新的、即时操作的经营恋爱养成游戏。结果被某个泡菜国家的某个公司抄袭了过去，把开客栈改成开面包房，同样是 1 个男主角 3 个女主角，同样是一年 4 次踢馆，连时间流和数据结构都是相同的，这是抄袭。

综合性创意其实是一个选择——融和的过程，是把甲明星的眼镜、乙明星的鼻子、丙明星的嘴、丁明星的脸蛋拼起来，拼出一个惊世骇俗的绝世美人的过程，其中选择、组合、权衡的能力，不是一般抄袭所能比拟的。

3. 微创新

微创新是最近比较热的概念，简而言之就是“勿以善小而不为”的创新，在用户体验的细微处做创新，只要用户有需求，我们就考虑改进产品，令产品不断完善。

微创新不是山寨的遮羞布，任何产品，包括山寨产品，如果能够持之以恒地微创新，总有一天能到达临界点，浴火重生脱去山寨外衣，成为一款令人耳目一新的好产品，这如同两个长相相似的女明星，相貌稍逊的那个如果能苦练演技也是有机会超越对手，成为天后的。

8.1.4.2 用户群：区隔同质化

大家都见过对戒，对戒的男款和女款除了戒圈大小不同之外，设计的细微处也有变化，同中有异，异中有同。任何人一眼看过去，就知道它们是一对，但是除了戒圈大小之外，它们在设计上又有着明显的不同。这就是一个因用户群不同而导致差异化设计的案例。

目前中国客户端网络游戏用户的增长，已经在逐年放缓，从一个缺乏变化的用户群中营造变化，有三种方法：扩大、缩小和跳跃。

1. 扩大

通常我们提到网络游戏用户群，总跑不出十几岁到三十岁、以男性用户为主这个圈子。

而在日本，《勇者斗恶龙》被称为“国民游戏”，上至九十九，下至刚会走，人人爱玩。宝开公司的《植物大战僵尸》同样也是拥有广泛用户群的游戏。

扩大用户群，会让游戏设计更中正平和，更符合公序良俗，更老幼咸宜，更放之四海皆准……这样一来，差异化自然就出来了。

2. 缩小

目前还活跃在中国市场上的《EVE》、《敢达》、《FIFAOL2》等游戏，都属于定位于细分用户群的游戏，只锁定某个比较特殊的题材，锁定有特殊爱好的某一类用户，用户基数不算太大，但用户稳定性极高，付费意愿也较强。

由于用户的不同，这些游戏和其他游戏有着明显的差异化。无论是用户构成、运营策略，还是流失率、付费率等，都和那种普通的 MMORPG 游戏有着明显不同。

3. 跳跃

两个推销鞋子的推销员，来到非洲。结果发现这里的人都不穿鞋子的。其中一个叫苦连天，这么个地方怎么会卖得出鞋子呢？于是打包回去了。另一个

却喜出望外，多么大的一个市场啊！如果所有的人都穿鞋子，那么我将拥有多少用户啊！

这个经典的励志鸡汤说明了一个问题，如果一个群体不是你的用户群，那么你就要想想，它有没有可能成为你的用户群。

目前网络游戏主流用户群之外的人群，真的没有网络游戏需求吗？那些玩连连看的主妇，那些打麻将的老人，那些抢车位的白领，那些玩 XBOX360 的死宅，那些玩《三国杀》的学生，那些“国产三剑”粉丝，那些玩猜图游戏或者《找你妹》的白领……不是他们不想玩网络游戏，而是没有适合他们的网络游戏。网络游戏太赚钱，以至于很多同行忽视了去寻找潜在客户。抢车位与偷菜，打飞机与消除，这些小游戏为我们吸附了一大批潜在用户，把一大群人从“不玩游戏”变成了“爱玩休闲社交游戏”，我们要推出怎样的产品，才能吸引他们，把他们收割到我们的碗里呢？这是值得我们每一个从业者思考的问题。

让原本不玩游戏的人也玩游戏，才能把这个产业真正做大，做强。

8.1.4.3 包装：弱化同质化

“我想跟你一起睡觉。”——无包装，一秒钟变流氓。

“我想跟你一起起床。”——微包装，一秒钟变花花公子。

“我想在你还熟睡的时候，为你做好早餐，端到你床前，看着你吃，一辈子！”——强包装，一秒钟变白马王子。

同样的一个游戏玩法，因为题材不同，呈现出的风貌也不同，用户群以及玩家认知度可能截然不同。一个有趣的题材，可以让你在同样核心玩法的一大票游戏中脱颖而出。

系统外面的皮是题材，题材外面的皮是画面。一款游戏想要知道如何在众多游戏中胜出，那么就去参考各类选秀节目吧！

如果你漂亮，你就要让你更漂亮，从而让人们记住你。

如果你不漂亮，你只能让自己有特色，从而让人们记住你：特殊的造型、特殊的声线、秃头、唱怪歌、患绝症、是残疾人……

良好的包装等于成功的一半，包装过的产品，在业内看来还是同质化，但是在玩家看来，已经有了明显的识别度，不再是同质化了。

包装也分为几个方面。

1. 外观的包装

就是我们通常说的换皮，同一套系统，用 Q 版可爱角色做包装的《弹弹堂》大获成功，而之前出过的同类游戏，用类似《百战天虫》等用虫子做包装的，

以及用坦克做包装项目则没有那么成功，虽然玩法几乎一模一样。可见，外观是一个很重要的因素。

2. 题材的包装

《墨香》，一款韩国的二流游戏，把 NPC 名字换成武侠小说中的人物，技能换成武侠小说中武功，就具备了明显的中国特色。《BANG!》一款经典的西方桌上游戏，被套上了三国皮，就变成了风靡神州的《三国杀》。

3. 系统的包装

同样的结婚系统，在很多网络游戏当中都会出现。可以严格按照古代媒、聘、定、娶的流程进行包装，也可以按照现代婚礼蛋糕、香槟、花门、蝴蝶进行包装，这就呈现出了差异化。不管哪一种包装都会具有独特的风格，都比完全无包装的简单设计更有吸引力。

4. 文字的包装

这是最低成本的包装，特殊的文字风格，古雅也好，诙谐也好，充满了流行网络用语的恶搞也好，都是不错的包装。

8.1.4.4 服务：脱离同质化

这里所说的服务，是个广义的服务，包括传统的服务，也包括在人机互动方面产品给用户提供的服务，也就是人机交互。

首先是系统的服务。

网络游戏发展了 10 年，最大的变化就是新手教学系统越来越完善，越来越体贴。

早期网络游戏几乎谈不上什么新手教学，把玩家丢到一个陌生的虚拟世界中让他自生自灭，还美其名曰“可以问其他玩家”“这才是网络游戏的社群性”。

而现在，一款网络游戏如果新手教学系统不体贴，不流畅，玩家会毫不犹豫地流失掉。其他类似任务系统，也是越来越简单，越来越人性化，自动寻路、任务提示等，越做越周到，越做越贴近“服务”的真谛。

一款同质化的产品，如果能在这些“系统的服务”方面做到了差异，也会给玩家完全不同的感受，这就好比同样去买肯德基，从马云手中买和从玛丽莲·梦露手中买，感受是完全不同的。

其次是界面的服务。

界面是人机交互的窗口，一款游戏的界面设计是否美观清晰好用，对于玩家感受影响极大，这是众所周知的。

在界面交互细节上做出差异，也会让产品脱离同质化。

还是买肯德基的比喻，整洁的柜台、清楚的菜单、热情的招呼会给用户带来好感受，而肮脏的菜单、泼洒着咖啡的柜台则让人望而却步。

最后是线下的服务。

同一款游戏《魔兽世界》，由九城和网易两家公司运营，呈现出不同的风貌，甚至用户群的构成也发生了很大变化。

这种差异和两家公司不同的企业文化有关，也和服务的风格有关。九城时期《魔兽世界》的电话客服态度很好，服务很周到，但线上 GM 回应通常比较缓慢。网易时期《魔兽世界》则是电话客服 10 分钟就断线，但线上 GM 回应非常及时。

同一款产品，仅仅是服务不同，就会产生迥然有异的表现，同质化产品如果在服务上做出差异，也会令产品萌生个性。

8.2 谁来为创意买单

“你觉得这些与你无关？从你自己的衣橱里，比如，你挑选了那件蓝色条纹毛衣……OscardelaRent 的发布会第一次出现了天蓝色礼服，然后我记得是伊芙·莎朗展示了天蓝色军装系列，之后，天蓝色开始出现在各种设计师的作品中，而风行于各大高级卖场，最后大规模流行到街头，甚至在那些肮脏的拾荒者的身上也可以看到。事实上，那种蓝色代表了上百万美元和难以计量的心血，说起来像个笑话，你认为，是你自己做了选择，但其实，你穿的毛衣是别人替你选的……”

——《穿普拉达的女王》

“高级定制时装”是时装行业的金字塔尖，它拥有顶级大师的设计，最精良的材料，精确到毫米的纯手工制作，以及创意，无与伦比的创意。但这个行业正在逐年衰落，销售额从数亿美金降到了 1000 多万美元，用户数量也仅仅剩下几千人，经历了连年的金盆洗手之后，设计师也只剩下了十几位……

但这个行业的存在不仅仅为了这区区几千巨富用户，也不仅仅只是保留一种文化传承，更重要的是，它是整个时装行业的旗帜，它所带来的创新，被整个行业贪婪地吸收着。从高档时装品牌，到各大都市的百货商场，再到批发市场和小作坊，一层一层，时尚从一个漏斗漏到另一个漏斗，最终漏到每个人的衣橱里。随便拿起一件衣服，都能从中找到 N 年前某个高级定制时装发布上某

件衣服的影子。

创意从这个体系中一层层漏下来，影响着这世界上的每个人。即使是看似一成不变的男式衬衫和西裤，在颜色、款式、面料和工艺处理方面同样受到高级定制时装的影响，只不过表现得不是那么明显和敏感，变化得没有那么频繁。

只是一件简单而朴素的蓝色套头毛衣而已，它的每一个细节都曾经经过了大师的筛选。游戏也是如此，那些非常成功，叫好又叫座，又有创意的游戏，背后通常有数个默默无闻但很有创意的游戏在支撑，而任何一个平庸的游戏当中，也蕴含着大量的名作的细节。

“高级定制时装”存在的意义，不在于那日渐萎缩的销售额，它更重大的意义是不计成本地发挥创意，为整个时装产业探路。是的，创意本身有太多的风险，太不确定的回报，一般的小服装厂商难以承受，他们不敢创新，但如果所有的厂商都不敢创新，那么这个行业势必失去活力。时装业有香奈尔和迪奥，他们高举“高级定制时装”的大旗，为整个产业的创意买单，而游戏业呢？也在面临一个成本高涨、风险增加、缺乏创意的时期，谁又能挺身而出，做游戏业的香奈尔和迪奥呢？一个行业中，真正伟大的公司不在于它赚了多少钱，有多大规模，有多少市场占有率，而在于它为此行业的发展做了多少贡献。因此，我尊重香奈尔和迪奥，甚于尊重任天堂和 EA。

8.3 两种创意

所有的公司应该要立足一个字“创”，作为创业公司，创新非常重要，那怎么理解“创新”呢？很多人认为我是小公司，我是草根，我做不出石破天惊的技术，我也不能突然把这个行业颠覆了，最近有一个心得，感觉最近出现了一种新的创新方式，就是“微创新”，这可能也是对各位草根创业者的借鉴，我觉得微创新是将来做产品创新的很重要的方法。

——周鸿祎

创意分为两种：原创性创意和综合性创意。但人们通常把前一种称为创意，把后一种称为“抄”，这是一个误区，其实，这两者没有高下之分。

在自然科学领域，原创性创意出现率比较高一些，很多发明和发现都属于原创性创意，但是，也有不少发明和发现是站在巨人肩膀上捅破了一层窗户纸，并非原创性创意而是综合性创意。

至于文学领域，则大多都是综合性创意。钱钟书原创了“通感”，林语堂原创了“幽默”，在他们本身的著作中，毕竟只是沧海一粟。所谓文学，就是将大

家耳熟能详的文字捏扁锤圆，排列组合而已，每个读者都认识每个字，但可不是每个读者都能写出作者那样的好作品的。在中国古代，凡诗词必有出典，这个规则甚至可以理解为，综合性创意的地位高于原创性创意。

在游戏领域，早期的游戏中，必然是原创性创意比较多，但行业发展到一定阶段，适合游戏这种表现方式的创意几乎都被人发掘出来了，于是，就只剩下综合性创意了，其中也会包含“改进性创意”，但本文把它归结到综合性创意之中。

经常听到业内新人大叫“其实《魔兽世界》也是抄的！”

这句话在不同场合有多种语意。譬如：“老子游戏玩得比你多，知道《魔兽世界》抄了《XXX》、《XXX》，你不知道吧？”或者“我抄怎么了？魔兽抄得，我抄不得？”，又或者“天下游戏一大抄，别提那么高要求。”但凡叫好又叫座游戏巨作大作，大多数都属于综合性创意作品，只有少数主要应用了原创性创意，所以说，魔兽是“抄”的不奇怪，不是“抄”的反而奇怪了。

但是，综合性创意和“抄”还是有所不同的，“抄”很简单，大家上学的时候总抄过作业或笔记吧（少数没抄过的好孩子总看过别人抄吧）？很简单，就是别人写 $2+2=4$ ，你也写 $2+2=4$ ，写5就错了，照葫芦画瓢而已。比“抄”高一档次的是模仿，小时候总上过美术课吧，就是临摹，课本上有张坛子和苹果的静物画，你照着画一张，也许画的不如课本上好，也许更好，反正你眼前没有坛子也没有苹果，你只是照着画而已，但是你可以稍作修改，不用原样照搬，也没有人有能力画得一丝不差，这就是模仿。

而综合性创意不是抄，也不是模仿，而是一种创意。这个过程看似简单，但其实很难。有综合性创意能力的人，对资料稍加分析判断也许就能找到最佳组合，而没有综合性创意能力的人，那就只好用穷举法了。

综合性创意其实是一个选择——融和的过程。

首先是选择，这一点，考试作弊的小学生都懂，数学考试要抄数学尖子的卷子，英语考试，抄那个美国归来的插班生最适合。抄100分的卷子，就算抄不到100，得90分也不难，抄60分的卷子，恐怕就只能不及格了。可这么浅显的道理，就是有很多同行不明白，也许他们从小就是不作弊的好学生吧！去模仿借鉴其他游戏，总是挑国产二流的，运营失败的，就算你抄个十足，恐怕也不会远离二流和失败的。

而融合的过程，则是为我所用，浑然天成方为上品。要做到从其他游戏中拿来的设计，放在我的游戏中比它原来的游戏更合适，更恰当。要做到所有的选择能够有机结合为一个整体，增一分则多，减一分则少，这才是综合性创意的精髓。

第9章

游戏正能量

2013 年夏天，我参加了“前导软件倒闭 15 周年聚会”，和当年前导的老同事一起，把酒回忆了一番中国游戏产业最初那几年的风云变幻。

前导软件(图 9-1)是中国大陆地区最早的本土游戏公司之一，开发过《赤壁》、《官渡》、《水浒传·聚义篇》、《西游记》等优秀的单机游戏作品，同时投资了《大众软件》和《电子游戏软件》两家杂志，并制作了中国最早的游戏相关的电视节目。前导这个中国游戏产业的开拓者，艰苦支撑到了 1998 年，但最终依然不能幸免于倒闭的命运。



图 9-1

席间，大家设想了无数的如果：如果那时候硬件更加普及，如果那时候风险投资像现在一样活跃，如果那时候玩家的正版意识像现在这样强，如果那时候的网络不那么龟速……然而，现实不是游戏，没有 SAVE——LOAD 大法，也没有 N 条命，更不能 CONTINUE，那个时代就这样轻轻揭过了，单机游戏沉寂了下来，只有《仙剑奇侠传》、《轩辕剑》等几个大作系列，轻轻浅浅地细水

长流到了如今。

如今，当年那些刚刚毕业、怀着一腔游戏梦想的少年们，已经即将步入中年，但绝大多数人依然活跃在游戏开发的第一线，做客户端网络游戏的，做网页游戏的，做手游的，做桌游的……还有做其他文化创意产业的：做周边的，做影视的，做娱乐的，做文玩的……时光在变，那颗爱游戏的心始终未变。

1983年10月，中国台湾第一家游戏公司——第三波文化事业股份有限公司成立。成立初期的第三波主要是进行软件代理，并不涉及游戏开发。

1984年6月，精讯资讯有限公司在台湾省台北市成立。同样没有自己的开发团队，而是代理游戏开发团队的原创游戏。

1984年12月25日，智冠科技有限公司在台湾省高雄市成立，1年后，智冠科技投入电脑游戏市场。代理国外多款游戏获得成功，成为当时亚洲最大的游戏软件发行商。

1986年，精讯资讯在台湾代理发行了国人制作的第一款商业游戏《如意集》。

1988年4月，大宇资讯有限公司在台北市正式成立，这是台湾第一家专业从事中文电脑游戏开发的公司。第二年，《大富翁》等自主开发游戏推出市场，大获好评。

1989年10月，智冠科技加入自主开发游戏的行列，组建了台北工作室。1991年，智冠发行《三国演义》，并第一次通过电视广告进行宣传，在台湾市场掀起一阵三国热潮，共卖出17万套，成为当时台湾游戏史上最卖座的电脑游戏。

1991~1993年，成为台湾游戏业蓬勃发展的阶段，涌现出一大批游戏厂商和优秀的电脑游戏。

1994年5月，智冠北京分公司成立。初期开发的《大银河物语》等游戏，但是很多游戏并没有在大陆市场发行。

1994年5月，中国大陆地区第一本电子游戏杂志《电子游戏软件》创刊。1个月后，《家用电脑与游戏机》正式在中国大陆地区出版发行。这是中国大陆地区最早的两家游戏平面媒体。

1994年10月，中国大陆地区自制的第一款商业电脑游戏《神鹰突击队》由北京金盘公司制作并发行。

1995年3月，中国大陆地区当时最具影响力的电脑游戏公司——前导软件公司成立。1997年前导公司研发的《赤壁》与联想电脑捆绑销售，率先突破了国产游戏软件销量10万套的大关。

1995 年 5 月，金山公司下属的游戏研发机构西山居工作室成立，这个工作室直到今天依然活跃在游戏研发的第一线。

1995 年 7 月，大宇资讯有限公司发行了中文游戏史上最具里程碑性质的作品：《仙剑奇侠传》，该产品上市之后立即引起业内轰动，得到玩家广泛好评，发售 5 天内即售出近万套，并在多家专业媒体的游戏排行榜上名列前茅。《仙剑奇侠传》确立了中文角色扮演游戏的一种典范，在之后的几年中有无数模仿《仙剑奇侠传》的角色扮演游戏出现，但没有一个能达到它的高度。

1995 年 8 月，《大众软件》杂志社成立，同月创刊号发行量达到 10 万。作为一款以推广计算机知识和计算机正版软件为目的的杂志，同时游戏资讯也是其重要的组成内容，此后该杂志逐渐成为中国游戏业最重要的平面媒体之一。

1996 年 3 月，国家新闻出版署出台《电子出版物管理暂行规定》，将游戏软件归入电子出版物，开始由正规出版社出版，使软件游戏的发行得到进一步规范。也正是这一年，国内的游戏开发公司如雨后春笋般地涌现出来，国内游戏业发展形势一片大好，但投资者的投机性和盲目性以及研发人员的不成熟为其后的国内游戏业大崩盘埋下了伏笔。

1997 年是国内游戏业发展的转折点。也许是看中了国内游戏市场这块肥肉，UBI 和 EA 两家海外游戏巨头在中国登陆，在中国大陆地区成立了专门的游戏代理发行公司，国外高素质正版游戏大量涌入中国市场。同时，盗版游戏近乎疯狂的发展，严重冲击了市场的正常运作。由于开发团队缺乏经验和资金注入的不确定性，导致部分国产游戏素质比较差。这一切都在 1997 年彻底爆发出来，数十个游戏制作公司和团队纷纷退出，剩下的也大都陷入了财政危机。

1998 年，是国内游戏业挣扎的一年。金盘电子、腾图电子和前导软件等最有影响力的老牌游戏厂商都在这年先后宣布退出，国内游戏业出现了前所未有的低潮期。但这些游戏厂商并不是没有做过抵抗，最主要的手段就是推出廉价正版软件。但因为市场环境的不成熟，电脑依然不够普及，此举反而加速了国内游戏市场环境的恶化。

但是，数年的产业积累还是给中国游戏业遗留下了经验和人才，经历一番洗牌。存活的公司和团队也有了一定成长，产品品质不断提高，对市场的把握也不断增强，游戏产业又从这个新起点再出发了。

虽然单机游戏一直欲振乏力，但是网络游戏就却是另一番景象。

说起网络游戏就不能不提 MUD，早在国内单机游戏产业发展之初，MUD 就已在网友中流传开来了。MUD 游戏即 Multiple User Domain（多用户虚拟空间）游戏。最初的 MUD 都是文字形式的，《东方故事》是第一个中文 MUD

游戏,《侠客行》是当时最流行的中文 MUD 游戏,相信中国第一批网民应该对它不会陌生。当时国内的网络状况很差,接入困难,速度慢和收费高严重限制着人们的网上活动,MUD 在当时已是比较奢侈的网上娱乐了。

到了 1997 年年底美国 Origin 公司发行了图形 MUD 游戏《网络创世纪》,虽然它不是第一款图形网络游戏,但是它的影响无疑是最大的。

2001 年 3 月是个值得注意的日子,上海盛大网络公司正式进军网络游戏运营市场,同年 7 月,盛大公司引入韩国大型在线游戏《传奇》,揭开了网络游戏时代的序幕。

接下来的故事,想必大家都已经耳熟能详了,从代理到自主研发,从客户端网络游戏到网页游戏,手游从功能机到智能机,社区从第九城市社区到开心网……游戏业不断变换着造型,给大家带来一波又一波的惊喜。

9.1 世界小时,我最先小;世界老时,我最后老

那个大陆曾经是爷爷,
梦中的陶渊明,
可以喝酒,
可以抚抚无弦的琴。
另一个大陆,
却是我那髭须刚冒的大男孩,
电视荧幕上的任天堂,
我在小小的海岛上

——萧萧《那个大陆与另一个大陆》

俗话说,三十年河东,三十年河西。三十年前,正是游戏产业的萌芽期,红白机风靡神州,游戏如狂潮席卷整个世界,改变了一代人的童年。那时的孩子,如今已是中年,他们当中大部分人的生命轨迹,并未因游戏而改变:求学、恋爱、结婚、生子、打拼事业……和他们的父辈没有什么不同,唯一不同的,可能是童年的快乐回忆吧!父辈们更多的是汤姆·索亚式的恶作剧冒险或野比大雄式的放学后的日常。而这一代则是难忘书桌上的任天堂,以及成为屠龙勇者的荣光。

街机游戏与家用机游戏,电视游戏与电脑游戏,单机游戏与网络游戏,客户端网络游戏与网页游戏,掌机游戏和手机游戏……几番没有硝烟的大战打下来,结果却是游戏人口像滚雪球一样呈几何级数地增长。三十年前,找一个玩

家很难；三十年后，找一个从没玩过游戏的人很难。游戏产业也气势汹汹地超越了电影业，稳坐了第一娱乐产业的宝座。

玩游戏的到底都是些什么人？这个问题在 5 年前、10 年前很好回答。15 岁到 25 岁，男性为主，略宅，但现在则不然。社交游戏的主力群体早在几年前就转化为主妇、白领和老人，掌机和手机用户也更加趋向低龄化，至于女性玩家，已经在一些网络游戏中取得了半边天的地位。整个游戏产业正在发生深刻的变革。

这么多玩家到底从哪里来的？当然不是凭空冒出来的，而是慢慢凝聚出来的。上至九十九，下至刚会走，都已经加入游戏大军中来。我们常常可以从各种社会新闻或者游戏公司官方稿件中看到这样的内容：耄耋老夫妻携手下副本庆金婚、老奶奶半夜上闹钟为偷菜、六旬老汉痴迷游戏鏖战通宵……我们也常常看到刚背起书包的小朋友手持 iPad 开心游戏的身影。越来越多的终端，越来越多的游戏，辐聚了越来越多的玩家，席卷了社会的各个阶层，看店的伙计在玩手机，高校的学生在玩电脑，桌游吧里桌游正红火，游戏厅里也情侣如织。

一日闲谈，同事们聊起各自父母的游戏状况，就很有代表性：

（以下均为真实情况，没有任何杜撰）

“我妈只玩《植物大战僵尸》和《祖玛》，玩了两年了，玩得特别好，极限关能打到好几百。”

“我喜欢《连连看》，还有那些小游戏门户上面的各种小游戏，只要能随时停下来那种就行，她一边炒股一边玩游戏，但她从来不玩网络游戏的。”

“老爸之前一直偷菜抢车位，现在好像还是在玩那种种地盖房子的游戏吧？不确定。”

“我爸最近开始玩 MMO 角色扮演类的网页游戏了哦，还是即时的，据说是经常看见那种弹窗，有一次点进去玩就沉迷了，汗！”

“爷爷只玩围棋或象棋，好像是 QQ 上的，和别人对战。”

“爸妈玩麻将，斗地主，之前在电脑上玩，现在用 iPad。”

问了一圈下来，发现不玩游戏的父母辈反而成了少数，如今大部分老年人，多少都接触过至少一款游戏。

小朋友的情况就更有意思了。

之前我们公司出过一款叫《钓丝爱萝莉》的手机游戏，大抵是《黄金矿工》+《捕鱼达人》+吊娃娃机结合的玩法。一开始的市场定位是打屌丝文化牌，给宅男意淫用的，但是发售后的结果却让我们大跌眼镜，用户群中有相当大的比例是小朋友，小男孩小女孩都有，尤其是小女孩，钓到一只萝莉娃娃的开心程度，几乎和买了一个新的芭比娃娃一模一样。

而我们的另一款游戏《奇迹花园》则清楚定位在儿童游戏市场，这是一个种植花卉、收获服饰、进行换装的花仙子式的换装游戏，还融入了植物分类学的知识。虽然定价比较高昂，价格几乎和仙剑这样的主流 PC 游戏接近，但依然取得了非常好的销量，家长们乐于给孩子付费下载这样的游戏，毕竟比芭比娃娃便宜很多。小女孩们也玩得非常开心，谁不想自己有很多花一样的漂亮衣服呢？

全球已有很多公司开始针对一老一小市场去开发游戏了，甚至终端硬件的设计也向这两个群体倾斜。每当看到玩着 iPad 的小朋友，就不由得为掌机捏一把汗，新款 iPad 的分辨率已经非常高了，这种清晰度培育出来的小玩家，也许还会接受 PC 和家用主机，但是掌机真心危险了。

年轻人是游戏的现在，而一老一小，是游戏的未来。

9.2 尽管妖魔，我自快乐

又见戒网瘾集中营，电视上，一个声音高叫着：网络游戏是万恶之源！此人自称“教授”，画面上的游戏却是《魔兽争霸》。

在夜里，百姓需要光，但是州官却不让点灯，百姓太快乐和太沮丧都不利于生产力的发展，古今中外的州官都清楚这一点。

酒、咖啡、巧克力、扑克，在某些时代，都曾经被妖魔化，甚至成为禁物，因为在那些特定的时代，这些都是百姓能够支付得起的最廉价且最好的快乐。现在，这个最廉价最好的娱乐方式则换成了网络游戏。

卖火柴的小女孩点燃了她的火柴，仿佛看到了暖和的火炉、美味的晚餐和漂亮的圣诞树……看到了她死去的祖母。祖母带着她，飞向了天堂，飞向了上帝，飞向了没有恐惧，没有寒冷，没有饥饿的地方。

那一刻，小女孩是幸福的，尽管这种幸福其实是虚幻的。网络游戏就是小女孩手中的火柴，能够给人以虚拟的幸福。寻求幸福，是人的天性，不论有多少人妖魔化网络游戏，即使你说沉迷等于死亡，还是有人义无反顾。因为这是他们能够得着抓得住的、唯一可以获得幸福的方式。

当然，会有一些人玩游戏玩到孤僻自闭，心理异常，可谁能保证，如果世上没有游戏，这样的人注定不会心理异常？如果他无论如何都会心理异常，那么还是自闭在家比较好，至少不会危害社会。突然想到北京的那个四少年虐杀妇女案，如果那时候，他们电脑前鏖战，被快乐和轻松包围的他们，会下毒手虐杀一个晚归的母亲吗？

所以，妖魔游戏者，请继续，戒网瘾集中营，请继续，无论你有恋童癖还

是爱好 SM。世上也从来不乏愚蠢的父母，自己只管生不管教育，孩子出了问题赖网络游戏，就像房价高赖大龄未婚女青年、赖钉子户一样可笑。

网络游戏业者，也不必太担心，每一个回归网络游戏的孩子，都会带给一个夜归母亲以更多的安全。这是我们肩上的社会责任，这是我们为和谐社会的贡献。相信网络游戏是最好的、最便宜的、人们最需要的娱乐方式，至少在这个时代。

当岁月流转，更好的娱乐休闲方式出现的时候，网络游戏必将被继续妖魔化，那也将是这个产业增速放缓的开始。也许时间不会太长，武侠小说从被妖魔到登大雅之堂，不超过 20 年。

9.3 越落魄，越娱乐

甲：比如我短人家一百块钱。

乙：哎。

甲：应该今儿给人家。

乙：哎。

甲：给不了，我心里着急啊。

乙：是啊。

甲：无精打采上您这儿来了。

乙：对。

甲：听您这相声我哈哈这么一乐。

乙：哎。

甲：就把短钱这茬儿，我就给忘了。

——相声《抬杠》

有人说，物价上涨了，经济不景气了，玩游戏的人会减少，因为不玩游戏不会死人，但是不吃飯会死人。遇到这样的经济形势，整个游戏行业将面临很大的危机。这个观点我不敢苟同。

我的观点是，物质越匮乏，精神层面的需求越迫切。人们有钱的时候，会进行奢侈的娱乐，这个过程中，娱乐本身的乐趣是一部分，炫耀攀比的乐趣是另一部分；当人们没钱的时候，对于娱乐的需求不会减少，反而会更迫切，但是人们会趋于选择廉价的娱乐，更注重娱乐本身带来的乐趣。

人不同于动物，人有思想，有信仰，有精神层面的需要。往往物质极其匮乏

乏、面临绝境的时候，精神需求会更突出。在纳粹集中营里，饥饿的人们点燃唯一一根牛油蜡烛庆祝圣诞，而不是把它分食。在 731 部队中，留存下一双纸编的小鞋，那是被囚禁者互相赠送的礼物。还有在 20 世纪 30 到 40 年代，那是中国近代最苦难深重的 20 年，也是中国电影艺术蓬勃发展的 20 年。而电影，是那个年代最尖端、最时尚的大众娱乐方式，一如今天的网络游戏。

20 世纪 90 年代初，日本经济泡沫破裂，进入长达十几年的衰退期，也正是这一年，世嘉推出了 MD 主机，打破了任天堂垄断局面，打响了家用机市场混战的发令枪，直到今天，这场战斗依然没有尘埃落定。多头竞争的结果就是，游戏产业为我们玩家奉献出大量优秀的游戏作品，让我们作为玩家，为能够生于这个时代而庆幸。同样，日本动漫产业的高速发展和对外输出，也发生于这二十几年，还有大量的涉及色情的日式亚文化，同样也是在这个阶段蓬勃起来的。当人民确定明年的经济跟今年差不多，明年的薪资也不会超过今年的时候，活在当下，尽情娱乐当然便成了第一选择，日本人如是，地球人都如是。

当我们贫穷的时候，我们会省吃俭用，但绝不会放弃追求快乐的权利！

玩游戏就像《抬杠》那段相声中说的那样，玩起来真不觉得饿，也不觉得穷，更想不起自己还有一屁股债，虽说下了线日子还得继续，但是人生无非是一段一段时间构成的，与其让它一直烦恼着，不如用游戏把其中一段染成亮色，虽说最终于事无补，但娱乐不就是图个乐呵吗？

所以不用担心，经济衰退了，游戏的成本也会降下来，用户上去了，游戏的成本还会降下来，游戏依然是最便宜、最好、性价比最高的娱乐，这是不会变的。

经济不景气的大环境下，人们对文化创意产业的审美情趣也会有变化。

先从时尚说起吧！“经济越景气，女人的裙子越短。”这个论断在一个世纪之后，依然有存在的价值。但原因可不仅仅是要露出丝袜那么简单。经济不好，人会没有安全感，因此会在服装上找补，更加包裹身体，更加不那么具有挑逗性是女人理性的选择。同样道理，过于复杂、飘逸的长款女装也会逐渐不受欢迎，因为太累赘会增加不安全感，简洁利落的设计，裤装和简单的中短裙会抬头，含蓄的中性风格也会插一脚。总之是不张扬的，爽利的，女性化但又不过分性感的。过分醒目的金属质感面料和 BingBing 风格要退位了，柔软的、亚光的、凸凹质感的面料更受欢迎，因为它们能赋予人安全和被爱的感觉。短发、束发或盘发会更多取代披肩发，精致细巧的首饰会取代夸张华丽的……

说到影视、文学方面，不得不提美国大萧条时代的天使秀兰·邓波儿，永远微笑着的纯洁女孩，总会用善良和热情感化他人，获得幸福。萧条时期的人们需要这样的心灵鸡汤，而不是需要电影告诉我们一段苦难深重的岁月，或者

一段恢宏庞大的历史。

经济萧条通常会伴随着轻小说的繁荣，那些有趣的、轻松的、不需要动脑筋的文字，可以给人简单又直接的快乐。还有就是那些具有操作性和知识性的轻型书籍会大热，就是那种你不清楚应该把它分类到励志、经管、社科还是生活哪一类更合适，只好将它粗略定义为“畅销书”的那种。

至于游戏业，貌似是没有真正经历过大萧条的。所以下面的内容只是一家之言，随便说说罢了。

纸上版的大富翁（Monopoly）游戏倒是诞生在大萧条时代，并且取得了很好的销量，这一点值得我们注意，纸上富贵虽然是虚空，但是纸醉金迷的感觉也还不错。现实中的穷，可能更促使人们追逐虚拟的富。

萧条时期，人们会更重视实用性而忽视美观性，更重视设计的机巧和功能的多样。能够双面穿的外套，有 18 种穿法的披肩会流行。也许游戏行业也是如此，策划设计的重要程度可能会更上一个台阶，休闲游戏也会得到一个更好的发展契机，甚至所谓的“私游戏”将会繁荣也不是没可能的，毕竟有太多的时间要杀，而有太少的前程可奔。

萧条时期像阴霾潮湿的冬天，人们趋向于寻找温暖。就视觉上而言，暖调子的游戏画面可能被接受度会更高一些。此外，近年来欧美游戏流行的那种非常清晰锐利的风格，因为具有更大攻击性，可能会不太受欢迎，而过于灰调子的日系风格，也未必能讨好，萧条时期玩家喜欢的还是鲜艳温润的风格。

在萧条时期，大而全的、史诗级的、恢宏的大型 MMO 角色扮演游戏仍将大热，人们需要一个更丰富的虚拟世界去逃避现实。此外，简单的、快餐化的休闲网络游戏也会逐渐升温，但是开发商需要给玩家更多留在休闲网络游戏中的理由，这两类游戏的中间，那些不大不小的 MMO 角色扮演游戏，会成为荒芜地带。萧条时期，消费会分化为两个趋低和趋高极端，中间地带将逐渐萎缩。

不管怎么说，经济越萧条，文化越繁荣是毋庸置疑的。

再多说句题外话，萧条时期，可爱的娃娃脸会更受欢迎，尤其是经常带着微笑的。伶俐而可怜的萝莉塔风貌也会有市场，那种成熟的、具有攻击性的熟女风格会不太受欢迎，带有“女尊”内容的故事也是同样。人们需要女性的软萌和母性去温润这个萧条的世界。

9.4 假如明天网络游戏消失

判断一个事物的重要程度，最有效的方法之一就是：假设这个事物不存在

了，看看世界会发生什么变化。

网络游戏这东西，有人说是电子海洛因，是网魔，是杀手，网络游戏让青少年违法、自杀、变态。那么，如果网络游戏不存在了，是否这世界就和谐了？恐怕未必。



图 9-2 反映戒网瘾的漫画《战网魔》(绘：孙渣)

官方的数字是：在中国大约 4000 万未成年网民中，“网瘾少年”占 10% 左右。也就是说，我国目前有将近 400 万网瘾少年，其中多数是网络游戏成瘾。OK，网络游戏成瘾就算 300 万吧！其中理所当然的，男性占多数。这还是未成年的人数，就算成年人自制力强点，我们算 200 万，凑个整，500 万网络游戏成瘾者，明天，突然没网络游戏可玩了，会怎样？

首先对于网络游戏成瘾者，网络游戏没了，可是天塌下来的大事，每天接触网络游戏的时间比睡觉时间还长，但它突然消失了，你可以想象网络游戏瘾者内心的震动有多大。众所周知，强烈的刺激会导致部分人的应激行为。自杀的，杀人的，发疯的，肯定都会有，而且会在短时间爆发出来。看汶川地震时全行业网络游戏停服，辽宁女玩家的歇斯底里就知道了，3 天都受不了，何况永远？按照全国自杀率和精神疾病发病率比例算，这类人的数目不会太高，百十人总有的，但爆发性地发生，也够吓人一跳的。

而后，当尘埃落定，这些网瘾者该为如何填补每天空出来的 10 个小时想辙了。

“何不食肉糜”者会跳出来：“上学啊！”但是“学校朝南开，无钱莫进来”！

玩网络游戏，连上网带点卡，1个月100多元足够。上学呢？上大学一个月怎么也得1000多元，差10倍呢！上得起网，可未必上得起学。

那就工作吧！211重点大学出来的毕业生，就业率也没高到哪儿去，没怎么上过学，内向孤僻网瘾青少年怎么可能找得到工作。再说，500万什么概念？中国一个省会城市的全部常住人口数量！哪个国家能一下子拿出500万个就业岗位来？

还会有人说，可以参加有益身心，群众喜闻乐见的文体体育活动啊！这是纯片儿汤话。体育场馆，少且贵。公园绿地倒是不花钱，500万人挤过去，不知道的还以为又地震了呢！引起社会恐慌更不好。就算每个绿地每天只凭空多出十几个二十郎当的小伙子，估计那些扭秧歌、打太极的大爷大妈的安全感就去一半了。再说了，10个小时呢！咱2个小时运动，2个小时跟大爷大妈唱红歌，还有6小时怎么打发啊？

那位说了，可以看电视看书啊！倒是，咱假设的是没了网络游戏，可不是没了互联网，上网下片子下小说，倒是能打发时间，分流一部分人，但大多数网络游戏成瘾者，肯定不好这个，要不然网络游戏成瘾者也不会占网瘾者的大部分比例了。

二十郎当，血气方刚，没事闲逛，滋事肯定难免，什么调戏妇女啦，打架斗殴啦，损坏公私财物啦……肯定少不了。如果遇上心疼孩子的家长，给孩子几个钱出去旅游散心倒是不错，可网瘾青少年不谙世事啊，什么潜规则一概不懂，没有社会经验，在山西被打了，在上海被怀疑是小偷什么的，肯定免不了，后面的事情大家都知道，我就不说了。

古今中外任何国家政体，最怕的是什麼？是有文化没事做的青年！能上网当然有点文化，至少识文断字，一没工作没收入，二连打发时间发泄精力的途径都没有。这里面说不定就有个把杨志、杨么、杨秀清之流，那就闹大了。500万可不是个小数，百万已经算大军了。

又有人说了，你别危言耸听了，中国这么大，500万散开了，一个城市没几个。还真不是，中国城乡差异，沿海内陆差异这么大，网瘾者大多集中在中东部城市，往少里说，北京上海这种大城市，按比例也有个七、八万吧！当网络游戏突然消失，七八万闲散人员如出闸猛虎，治安不乱才怪。

所以说，从和谐社会角度来讲，网络游戏都万万不能消失啊！

9.5 网络游戏的和谐社会

什么是和谐社会？

简单地从字面上说,和谐是指“配合得适当和匀称”;社会是指“由一定的经济基础和上层建筑构成的整体,也叫社会形态”。因此,所谓和谐社会,就是指构成社会的各个部分、各种要素处于一种相互协调的状态。

这么一大堆话,放到网络游戏中,不就是我们游戏业嚷嚷了很多年的重要概念——平衡性!在营造平衡性方面,我们游戏策划还是很有经验的,不信给我们几个县官当当,就知道我们有两把刷子了。总之一合格的策划,不会制定出诸如《禁塑令》之类的恶法,也不会设计出“国庆期间散客参观水立方购票流程”或“大年初一乘地铁去雍和宫烧香”之类的垃圾任务。

社会主义和谐社会的特点包括以下三点。

第一,通过调动一切积极因素来增强全社会的创造活力。

这一条放在网络游戏中,就是注册人数多,活跃人数多,在线人数多,活人多,挂机少。玩家积极参与游戏的各个系统,官方搞点活动就挤破头,游戏商城销售火爆。游戏的每个系统玩家都喜欢,而不是有些系统受欢迎,有些系统没人玩。论坛、Q群、线下活动……玩家全都积极参与,充值更是堪比淘宝双11大促销。艾玛!这不就是咱游戏人日思月想要打造出的完美网络游戏嘛!

第二,通过协调各方面的利益关系来维护社会公平。

这个放在网络游戏中,就是没钱的玩家不花钱也能玩得开心,人民币玩家充值充得爽,玩得更加痛快。富人酒肉臭,穷人有汤有骨头。等级高的PK爽,等级低的基本生存有保障。大公会能纵横天下,小公会也能小富则安。穷人有药吃,有衣穿,有房住,富人腰缠万贯,骑着宠物下副本,这个真心不难,大部分中等水平以上的网络都能做到!

第三,通过营造良好的社会氛围来形成良好的人际环境。

这一条也是我们游戏行业内嚷嚷了很多年的概念——社群性。聊天组队,公会阵营,师徒婚姻,好友赠送……总之既然是玩家,那就是一家,你有一碗饭,我有一碗米,一个锅里摸勺子,稀的稠的一起吃……其乐融融。城门口乞讨有人给钱,下副本有人带,做任务有人帮……其实很多网络游戏都是这样的。

第四,通过加强民主法治建设来维护社会稳定。

这一条也是我们网络游戏的立身之本!规则要稳定,不要改来改去;规则要公平,不要厚此薄彼。大的BUG和漏洞不要有,服务器稳定最重要,千万别回档,外挂莫要横行。玩家违规要有惩处,误封号要有补偿……大部分网络游戏在这一点上做的也都很不错呢!

第五,通过处理好人与自然的关系来保证可持续发展。

可持续发展,不就是网络游戏的黏着性吗?不就是游戏寿命吗?用户的沉

淀，当然多多益善。处理好人与自然的关系，那不就是防止通货膨胀嘛！

可见，网络游戏的设计和运营，是长期的、全行业的、坚定不移的以和谐社会为标准进行的！因此，网络游戏玩家也是最合格的和谐社会的公民，网络游戏业者也是构建和谐社会的有功之臣呢！

9.6 关于魔兽的社会学观察笔记

2009年6月7日，由第九城市运营，已在中国运营近5年的《魔兽世界》将迎来停服日。接下来，这款游戏将由网易继续运营。由于网易未能及时获得运营许可，所以这段停服期没有一个明确的期限，再加上第九城市和网易两家公司之间，迟迟未能就数据转移达成一致，也给玩家的未来蒙上了一层阴影。直到2009年9月25日，网易运营的《魔兽世界》才正式开服。数据转移问题也得以解决。

在这漫长的3个月当中，整个业界无时无刻不在感受着玩家的躁动、不安与彷徨。500万魔兽玩家共同经历了一次巨大的戒断反应。所幸，并没有任何大规模社会事件发生，从中，我们也可以探触到游戏玩家的内心。

宅是一种固有属性。

魔兽停服期间，《魔兽世界》的玩家并没有如想象中那样，四处游荡，寻衅滋事，扰乱社会治安。虽然我并没有找到第一手资料，但是根据公开资讯判断，发案率没有明显升高，且没有任何跟《魔兽世界》玩家有关的重大恶性案件发生。

《魔兽世界》的玩家安静等待，小声抱怨，无聊地玩起了贾君鹏和《植物大战僵尸》，以及其他在他们看来远不如《魔兽世界》好玩的一切东西。坚持宅着，并不出门。某公司所威胁的什么万人抗议根本就是连影儿也没有的事情。《魔兽世界》玩家们宁可玩自己的手指头，也不会用它们去打劫或抗议，甚至连打花花草草也不会。就算《魔兽世界》国服从此消失，相信他们也不会翻出任何波澜，还有台服和美服等待着他们。

宅是一种固有属性，一经培育，无法洗点。从这一点而言，网络游戏是培育顺民的最好武器，好过史上出现过的宗教、体制和法律，相信最早认识并利用这一点的政治家，必将大有作为，名垂史册。

《魔兽世界》玩家们成了最大的斯德哥尔摩症候群。

玩家们像货物或者奴隶一样，被奴隶主从一个种植园主手中掳走，卖给了另一个种植园主，这个过程他们是完全被动且全无征兆的，命运从来都没有掌

握在玩家自己手里。玩家们只好寄希望于新主人能够更仁慈一些，而且尽快引种传说中被称为“巫妖王之怒”（《魔兽世界》新资料片）的新作物。然而奴隶主是只认利益的，新植物园主甚至无法取得准入资格。玩家们的希望像肥皂泡一样破灭了，逐渐降低到只要能玩儿就可以，只要不收钱就可以，任何略施小惠的举动都像阳光雨露一样令人激动，就算是客服电话 10 分钟强行挂断，那也是为了更多玩家兄弟能够聆听神谕一般的客服应答。

《魔兽世界》玩家们知道，自己的命根子“账号”，掌握在新主人手中。

《魔兽世界》玩家们知道，自己在正式开服之前可以免费玩游戏是新主人天大的恩惠。

《魔兽世界》玩家们对于不利于新主人的消息，装作没有听见，没有发生。

《魔兽世界》玩家们认为，自己的未来掌握在新主人手中，而且无法改变。

这样一群顺民，就是网络游戏为这个世界打造的，这也是网络游戏的另一个神奇之处。

9.7 严肃游戏

2003 年，国际游戏开发者协会（IGDA）的活动负责人罗卡（Jason Della Rocca）在 China Joy 大会上进行了名为《“严肃”游戏：游戏对社会经济的潜在影响》的主题发言，他把“严肃游戏”定义为“不以娱乐为主要目的游戏”，并列举了用于训练市长的《模拟城市》、训练董事长的《虚拟领导》、训练员工的《直言者》、训练海军陆战队员的《DOOM》等经典游戏作品。

2008 年 5 月 12 日，汶川地震发生的时候，我正在公司工作，突然感觉到头晕，便迅速抬头看天花板上的吊灯，看到吊灯在左右摇晃的幅度达到 20°，第一反应是地震了！而后迅速转头望向窗外，看到街上行人一切如常，浑然不知，心便迅速放了下来——震级不大，或者震中极远，没有危险，不需要疏散。于是继续埋头工作。这一切也就 1 秒的时间，这种迅速的判断来源于我大学时代接受的地理学教育。自问地质灾害相关的知识，比一般人稍微丰富一些。

三句话不离本行，说到地震，便想到描述地震的灾难游戏《绝体绝命都市》（图 9-3），这也是我最喜欢的系列游戏之一。这款游戏先后在 PS2（索尼公司出品的电视游戏机）和 PSP（索尼公司出品的掌上游戏机）上出过三代，2011 年，第四代即将发售时恰好赶上日本大地震，由于游戏内容和现实惊人相似，为了避免引起公众反感，照顾到公序良俗，研发公司决定终止这一系列游戏的开发。

这一系列游戏主要以地震为主题，是一款典型的灾难游戏。回想当年第一次接触这款游戏的情境，那种深深的震撼感至今依然在脑中挥之不去。虽然学过那么多关于地震成因和自救互救的知识，但它们从来没有如此鲜活立体。从摇摇欲坠的公共汽车上救起女主角的智巧，饮用水在灾后求生中的重要性，通过收音机接收到外界信息的惊喜，以及人工湖瞬间消失吞噬掉难民的绝望……都没有超出我了解的书本上的知识的范围，但用 3D 游戏的方式表现出来，那种临场感是书本文字远远无法企及的。而游戏情境在玩家头脑中形成的铭刻，也是再好的老师、再生动的讲解无法超越的。玩家不需要死记硬背，自然而然便记住了灾后自救互救的那些常识。



图 9-3 《绝体绝命都市》游戏封面

游戏和教育的完美结合，是很多具有强烈社会责任感的游戏人梦想，但是，实现它则是一项巨大的挑战。严肃游戏易做难精，成功的产品如凤毛麟角。我个人最推崇的，也不过两款而已：《模拟城市》承载了大量城市地理学和规划学知识，而《绝体绝命都市》则传授给人们救灾自助的方法。

记得上大学的时候，学习计算机辅助教育课，我提交过一篇论文，内容就是一款关于减震救灾的“后现代”游戏。全 3D 的画面表现，要引入全球各个城市真实的地质结构和地形地貌，还要真实反映城市中建筑的材料和结构，用类似网页的方式进行游戏，玩家可以只下载自己所在城市中跟自己相关的建筑

场景，如自己家、学校、办公楼等。服务器设定震源、震级和地震类型，真实的物理引擎开始运作，计算出各个建筑被破坏的情况，传达到各个客户端，玩家在游戏中扮演的就是自己，要操控自己在地震发生的时候采取何种反应，在地震过后采取何种自救互救手段，目的只有一个，就是从死神手中夺回自己和他人的生命。

这款游戏可以说是我平生策划的第一个游戏，也是唯一一个无须顾及预算和实现度的自由策划。在那个连《QUAKE》都没问世、瀛海威刚刚出现的时代，这个策划可以说是超前又超前的。即使 3D 技术已经很成熟的今天，这款游戏实现的可能性也是微乎其微。因为无论是地质资料还是建筑资料，都不是那么公开透明的，没那么容易取得，涉及建筑力学和地质学的物理引擎，也属于高精尖的范畴。而这种为每个地球人定制内容的概念，俨然也已经超越 Web 4.0 的概念了。如此庞大的游戏内容，不仅要投入大量的财力和人力，关键还得要以最严谨的态度、最科学的论证去开发，因为这款游戏，关乎每个人的生命。希望在可预期的未来，它能够有足够的资金、资源和技术去实现，圆我游戏生涯的一个梦想。

我们国家是一个灾难频发的国家，但这方面的知识普及跟日本相比是非常薄弱的，不仅一般民众知之甚少，甚至基层政府、军队等抗灾中坚力量的知识武装也不够充分。因此，开发一款或者一系列关于减灾防灾救灾的游戏是很有必要的。给公务员们玩，肯定比玩那个所谓的《清廉战士》有意义得多，也有意思得多。给子弟兵们玩，丰富了他们的文化生活，也让他们积累抗灾救灾的经验。就算老百姓玩，遇到灾难也知道该怎么办，也能减少伤亡，是一件功德无量的好事。

策划开发一款集知识性与趣味性于一体的灾难游戏虽然不容易，但是我们可以对游戏内容进行适当的裁剪，把它归结为一款低自由度的 3D 动作 AVG，参考《绝体绝命都市》的模式，消减其中个人英雄主义的因素，增加更多灾难的知识，更好地借鉴影视中的临场效果，它将成为一款叫好又叫座的主旋律游戏。

但是，这类游戏对开发人员来说又是最难的，要以强烈的使命感去认真对待其中的每一个细节，以尊重生命的态度去尊重自己所从事的工作，这种敬业精神在目前浮躁的中国游戏业，是最缺乏的。缺乏社会责任感，缺乏敬畏之心，缺乏悲天悯人的情怀，只看重经济利益的游戏开发公司和团队，是永远无法开发出真正优秀的灾难游戏的！

严肃游戏在中国的发展，一直是举步维艰，虽然也有了一些产品，但是缺乏一款人们耳熟能详的大作。究其原因，是大多数严肃游戏的投资方不懂游戏，而开发团队又难以把握严肃游戏和普通游戏的差异，所以做出来的东西往往两头够不着，而且缺乏严肃性和专业性。严肃游戏对开发团队的整体素质要求更

高，也更难以开发。

9.8 未来游戏

最近越来越不喜欢 WII（任天堂出品的电视游戏机）了，一个字，累！躺在沙发上玩 NDS（任天堂出品的系列掌机）或者 iPad 是目前这个时代我能想到的最不累的选择。

体感设备确实有趣，无论是 WII 也好，微软的 Kinect（微软出品的游戏机 XBOX360 的体感外设）也好，都给人以眼前一亮的感觉，但是这种新鲜感能持续多长时间？这是个值得探讨的问题。PC 的操作，从键盘鼠标逐渐走向触摸，人与机器之间的交互越来越简单，越来越直接。看上去，体感设备似乎确实很有前景，但是，体感与体感也是有区别的。挥动着手柄模拟打网球，或者在跳舞毯上蹦蹦跳跳是一种，这种人在动，机器不动，会让人满头大汗，接近于健身或运动。另外一种则是反过来，让人体的某些部位获得感觉，常见的像是游戏机手柄的振动功能，或者是互动搪管杯，人不动，机器在动，类似于按摩或水疗。对于绝大多数人类来说，有更节省能量并获得游戏快感的方式，人们不会选择更耗费能量的方式。所以，从进化心理学角度来说，后者更有竞争力。

沿着 WII 和 Kinect 所开创的“生命在于运动”的游戏道路走下去，未来的游戏可能是这样的：一个至少 8 平米的房间，一台显示设备，一个主机，以及无数外设，有足球排球篮球，有赛车钓鱼跳舞……凡是稍微有点意思、可以拿来玩的各种活动，都给你来个虚拟的，从做手术到盖房子，从枪战到□□□□（此处删除 N 个字）……只有一样前提，你得动起来，得流汗，得消耗能量。那个时代，健身房可以倒闭了。

如果按照我所推崇的“懒人推动社会发展”的道路走下去，又是一番景象：游戏机像个 SPA 水疗机，人们躺进去，盖子盖好……然后，得用个例子说明，譬如恋爱冒险类游戏吧！类似《LOVE HINA》：洗温泉，有洗温泉的感觉，拖地板，有拖地板的感觉，摸到姑娘的胸，当然有温香软玉抱满怀的感觉……玩这个游戏，哪儿都不用动，只要动动脑，用脑波控制游戏，同时，游戏又给予玩家神经上的反馈。如果玩《铁拳》，是会被打痛的；如果玩《极品飞车》，是可以体会到速度感的；如果玩《反恐精英》，被爆头会有濒死感的。这个设备的科技基础已经有了，脑波控制器也在商业化，实现它，应该只是时间的问题。不过，这个时候，玩家还需要互动吗？需要和其他玩家一起攻略一个妹子吗？这倒是个值得思考的问题。

两者相比，前者好像是运动减肥，后者好像是吃药减肥。如果有一种减肥药，效果好，不反弹，不伤身体，恐怕很多姑娘都会选择吃药减肥吧！没办法，人的本性就是好逸恶劳的，所以我很看好后者！

经常会有一些年轻的同行问我，游戏还能火多久？每当这种时候，我都会反问他，50岁的时候还会不会玩游戏？他说会，但可能不会投入这么多时间。其实，他的问题他自己就能回答了，30年后，50岁的他还会玩游戏，可以想象，如果没有新的更好玩的娱乐方式出现，那时，20岁的年轻人也还会玩游戏，那么游戏人口只会更多，不会更少，游戏业能不继续火下去吗？

由此，又想到未来游戏的另一个层面，那就是为中老年用户设计的游戏，这可不是没有根据的意淫，目前美国的单机小游戏，日本的掌机轻游戏的用户，主要已经是主妇了，全球的智能手机用户中，老年人的比例也在不断增加。再过几十年，老年游戏市场定然会有一个爆发性增长的。

有用户，就要有产品，就要有为老年用户设计产品的策划。那么，容我臆测一下，未来的老游戏迷们，会有什么样的游戏需求呢？可想而知，他们一定会抱怨那些给年轻人设计的游戏：《暗黑破坏神 18》太暗黑，眼睛看不清；《魔兽世界之贝勒王的逆袭》80人副本要下12小时，体力不支；《超级马里奥宇宙·番外篇·紫》太古灵精怪，老年人理解不能……

那么他们想玩什么呢？首先，刚刚退休的人，一定有空虚感，对于自己原本从事的职业有着无限眷恋，因此，职业系的模拟游戏一定有很大市场：《钳工之王》、《新农庄物语》、《城管惊魂 24 小时》、《金大班的红舞鞋之夜》、《国企大亨》、《潮流服装店》、《公务员的野望》、《青藏铁路 GO!GO!GO!》、《急诊室的主任》、《模拟居委会》……

其次，人到了这个岁数，一定很怕死，因此健康养生题材一定大行其道。譬如《收礼只收保健品啊保健品》、《长寿老人的幸福生活·清晨锻炼篇&夜晚实战篇》、《洪教授的养生锻炼》、《名侦探抠男的脑轻松推理》、《劲太极拳团》、《街头门球》、《极品秧歌》……

最后，政府说了，要老有所乐，得有个兴趣爱好，关于老年人兴趣爱好的游戏也必不可少：《烹饪奶奶》、《神州古董纪行》、《任天鸽》、《奥运麻将》、《超级老生》、《宠物狗小店》、《奶莉塔的时尚课》、《飙歌争霸》、《蟋蟀王者》、《集邮万智牌》、《国标舞世界》……

写着写着，不由得憧憬起那样的退休生活来了……但愿我退休的时候，可以有很多适合老年人的游戏玩，所以，更年轻的同行们，你们要加油哦，到时候可不要忘了我们这些老年用户啊！

后 记

我从小学的时候就开始写诗，参加各种写作比赛，也拿了不少奖，曾经想过以后成为作家。从中学时开始对服装设计制作很感兴趣，直到今天也算是业余达人，如今每次看到时装周盛况，都会想，如果自己入了这行会怎样？因为身体不好，一直对中医中药有特殊的感情，曾经也想过从事这个职业。对地学和生物学很有兴趣，中学时也参加过相关比赛获奖，大学时选择了地学专业……然而，这一切都比不上游戏对我的诱惑。我大学毕业，当了半年老师之后，毅然进入了游戏行业，转眼间，已经过去了 17 年。

中学时第一次接触游戏，是任天堂的红白机，那时候卡带很贵，接近 200 元一个，一款游戏，可以细细玩上半年。大学时接触了 PC 游戏，接触了《仙剑奇侠传》，那时候我是经常帮同学过迷宫的“迷宫小能手”。曾经想过，如果将来我可以开发这款游戏该有多好，没想到的是，最终这个愿望真的实现了！

在鼓楼大街的游戏店或者中关村的小摊挑选最新的游戏光盘，在朝外的中国图书进出口总公司门店翻看最新的《FAMI 通》和《电击》杂志，穿过曲折的巷弄，找到《电子游戏软件》杂志社，购买那期被禁的杂志……大学生活几乎被游戏充斥着，但是却没有那种沉迷的感觉，只是一个爱好，给我带来愉悦的时光。

大三的时候，室友在北京晚报的夹缝中发现了一个跟讣告一样大的游戏公司招聘启事，很兴奋地告诉我，我便很兴奋地去应聘了。那地方在四道口冷库院内，周围充斥着冷冻海鲜的腥气，公司名字叫捷鸿，是家台湾公司在京的分公司。然而，当时他们并不招收实习生，只招全职人员。虽然应聘失败，但是我了解到了，在北京，还是有游戏公司可以去工作的，这让我对未来可以从事

游戏工作充满了希望。

大学毕业后第二年的4月1日(这个日子很戏剧化),我正式加入了台湾智冠科技北京分公司,成为游戏行业的一员。转眼到今年,已经17年,在这17年中,我见过了游戏行业的高峰和低谷,自己的职业生涯也随之起起落落。但唯一不变的,是我对这个行业的好奇心和学习力,我总是想要了解它的一切。PC单机游戏做过,学习机软件做过,客户端游戏做过,网页游戏做过,手机游戏也做过……策划做过,制作人做过,市场做过,文案撰稿做过,产品做过,评测做过,游戏业最早的网络营销炒作也做过,甚至还兼任过美术总监,在传媒大学和复旦大学讲过游戏相关的课程,是国内最早研究游戏心理学的人之一。连游戏衍生小说也出版了一本,那就是《仙剑前传之臣心似水》。

早年间的同行、同事中,有很多人纷纷离开了这个行业,坚持下来的人,真如凤毛麟角,我就是其中一个。不想离开,总觉得还有很多想做的没做:想做一款严肃游戏;想做一款GAL game(或者Hgame);想做一款日更新的主持人式的网游;想做女性向游戏(或者耽美游戏);想做连载的电子小说式游戏;想做所谓的“虚拟社会游戏”;想做一些很特别的,介于手机应用与游戏之间的游戏……

梦想太多,时间与精力太少,梦想太超前,需要等待一个合适的时机。

这本书,也是我的一个梦想之一,很早就想总结一下在这个行业的经验和感悟,十几年来也陆续在杂志上、在博客上,写过一些,加上历年在各个会议上的演讲,在公司内部的培训,以及在两所大学授课的内容,整合起来,再补充了一些近几年工作上的心得,就成了这本书。17年,可以孕育成长出一个花季少女,这本书,也如是。

看着一书柜几千张光盘,看着一抽屉几十个记忆卡,看着那些光头已经坏掉、无法开机的老游戏机,有些感慨,封存在这里面的,不只是游戏进度,更是愉快的记忆,以及生命的美好瞬间。此生有幸,能和这些优秀的游戏作品生于同一时代,能够让我感受到它们带给我的震撼和满足。此生有幸,能和这些优秀的游戏制作人生于同一时代,能够让我亲炙他们的创意和才华。

能把爱好当成工作,是一件很幸福的事情。我就是这样在这个行业幸福了十几年。有没有从这个行业获得巨额的财富并不重要,重要的是给这个行业带来了有趣的产品,收获了成就感,认识了很多投缘的同行和可爱的玩家,这是任何财富也无法代替的。

最后,感谢我的父母,不介意我当时选择了这样一个新兴的、不为公众了解的行业。感谢几位美术同行,给我提供了插图:孙渣、岚舞、毛团小剑剑、

白菜。感谢网上相交十多年、至今从未谋面的策划同行武道我理，以及我的弟弟，书中有一些内容的灵感来自他们。感谢跟这本书内容有关的媒体同行和会展同行。更感谢关注这本书的业界大佬们。还感谢游戏行业的主管部门版叔和萌化叔，哈哈！这个行业因大家而精彩！

时间仓促，个人能力有限，这本书一定有很多不足的地方，欢迎大家不吝赐教！新浪微博@王世颖就能找到我。再次感谢，此刻正在看这段话的你，我最需要感谢的人！